

**PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN *ISLAMIC CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP REPUTASI
PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Pada Otoritas
Jasa Keuangan Periode 2014-2017)**

Skripsi

Diajukan Untuk Menghadapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

**Aprilian Ahmad Afandi
NPM. 1551020120
Jurusan : Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNGTAHUN 2019 M / 1441 H**

PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN *ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (ICSR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN

(Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan Periode 2014-2017)

Skripsi

**Diajukan Untuk Menghadapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh:

**APRILIAN AHMAD AFANDI
NPM. 1551020120
Jurusan: Perbankan Syariah**

Pembimbing I : H. Supaijo, S.H., M.H

Pembimbing II : Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.S., Ak.,Akt.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNGTAHUN 2019 M / 1441 H**

ABSTRAK

Bank syariah haruslah meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan *value* kepada masyarakat dan lingkungan sekitar bank itu berdiri agar nilai perusahaan dan reputasi bank akan semakin baik dimata pemegang saham, masyarakat dan nasabah pada bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan. Studi pada bank umum syariah yang terdaftar di OJK pada periode 2014-2017.

Dalam penelitian ini didukung oleh *Legitimacy theory* adalah sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Dan *Stakeholder theory* ialah pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya dan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat merubah persepsi dan ekspektasi. Tujuan dalam penelitian ini ialah (1) Untuk menguji apakah kinerja perusahaan memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan. (2) Untuk menguji apakah ICSR memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan. (3) Untuk menguji secara empiris apakah kinerja perusahaan dan ICSR memiliki pengaruh secara simultan terhadap reputasi perusahaan menurut perspektif perbankan syariah. Hipotesis dalam penelitian ini ialah (1) Kinerja Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan, (2) *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan merupakan data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari masing masing perusahaan yang telah dipublikasikan. Indikator variabel kinerja perusahaan diukur menggunakan ROE, indikator ICSR diukur dengan menggunakan indeks SRI, dan variabel Reputasi perusahaan diukur menggunakan nilai *market share*. Teknik sampling yang digunakan adalah *judgment sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Uji hipotesis yang digunakan adalah F, uji t, dan koefisien determinasi *Adjusted R²*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H_{a1} ditolak dan H_{a2} diterima. Secara bersama-sama kinerja perusahaan dan ICSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Dari penelitian ini didapatkan bahwa (1) Kinerja perusahaan yang diukur menggunakan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan yang diukur menggunakan *market share* dikarenakan ROE ialah rasio untuk melihat seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan dan dari investor. (2) Variabel ICSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi hal ini sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial akan berpengaruh terhadap reputasi dibenak masyarakat. (3) Dalam perspektif perbankan syariah kinerja perusahaan dan ICSR merupakan nilai tambah (*add value*) yang dapat berimplikasi pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang dan *goodwill* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan stakeholder terhadap kinerja bank syariah.

Keyword : Kinerja Perusahaan, ICSR dan Reputasi Perusahaan.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

Surat Pernyataan

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aprilian Ahmad Afandi
NPM : 1551020120
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (ICSR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA BANK UMUM SYARIAH YANG TERDAFTAR PADA OTORITAS JASA KEUANGAN PERIODE 2014-2017)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah ditunjuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Bandar Lampung, 13 September 2019

Penyusun

Aprilian Ahmad Afandi
NPM. 1551020120



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (ICSR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN**
(Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan Periode 2014-2017)

Nama : Aprilian Ahmad Afandi

NPM : 1551020120

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

untuk dimunagasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munagasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Supaijo, S.H., M.H

Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.S.Ak.,Akt

NIP. 196503121994031002

NIP.

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

NIP. 19820808 2011012009



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: **PENGARUH KINERJA PERUSAHAAN DAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (ICSR) TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Pada Otoritas Jasa Keuangan Periode 2014-2017)**, disusun oleh **Aprilian Ahmad Afandi NPM: 1511050213** Jurusan: **Perbankan Syariah** telah diujikan pada sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada:

Hari/tanggal : Jumat/13 September 2019

Waktu : 13.30-15.00

Ruangan : 3B

TIM MUNAQOSAH

Ketua Sidang : Prof. Dr. H. Suharto, S.H., M.A

Sekretaris : Vicky F Sanjaya, M.Sc

Penguji 1 : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy

Penguji 2 : Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.S.Ak.,Akt

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

NIP.19800901 200312 1 001

MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ^ط وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا^ج فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيُسْئَرُوا
وُجُوهَكُمْ وَلِيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبَرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

(QS. Al-Isra: 7) 

Artinya: Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (Kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai.¹

¹Kementrian Agama Republik Indonesia *Al-Quran dan Terjemah*. (Bandung: PT. Cardoba Internasional Indonesia, 2012) hal. 282

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, pada akhirnya tugas akhir (skripsi) ini dapat diselesaikan dengan baik, dengan kerendahan hati yang tulus dan hanya mengharap ridho Allah semata, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, almarhum ayahku Hamdani yang selalu kurindukan, semoga kita bisa berkumpul di surga sana dan ibundaku Siti Heriah yang telah memberi cinta, pengorbanan, kasih sayang, semangat, nasihat, dan do'a yang tiada henti untuk kesuksesanku. Do'a yang tulus selalu persembahkan atas jasa beliau yang telah mendidikku serta membersarkanku sehingga mengantar penulis menyelesaikan pendidikan S1 di UIN Raden Intan Lampung.
2. Kakak-kakaku tersayang atas kasih sayang, persaudaraan, dukungan semangat, nasihat, dan do'a yang tiada henti untuk kesuksesan adikmu selama ini kalian berikan, semoga kita semua bisa membuat orang tua kita selalu tersenyum bahagia.
3. Teman-teman khususya Good People, Kos Putra Hilal dan Kelas A angkatan 2015, telah memberikan solusi, saran, tenaga, mmemberikan hiburan disaat sedang mengalami kesulitan dalam menyusun skripsi ini dan masih banyak lainnya, saya ucapkan banyak-banyak terimakasih.

RIWAYAT HIDUP

Aprilian Ahmad Afandi, lahir di Desa Harapan Jaya Kecamatan Simpang Pematang Kabupaten Mesuji, pada tanggal 12 April 1997. Anak keempat dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Hamdani dan Ibu Siti Heriah.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh penulis adalah pendidikan Sekolah Dasar Negeri 1 Harapan Jaya yang dimulai pada tahun 2003 dan selesai pada tahun 2009. Pada tahun 2009 sampai 2012 penulis melanjutkan pendidikan di MTSN 1 Sri Tanjung Mesuji. Penulis juga melanjutkan pendidikan di MAN 1 MESUJI dari tahun 2012 sampai 2015.

Pada tahun 2015 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita. Shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW. Berkat ridho dari Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungannya dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

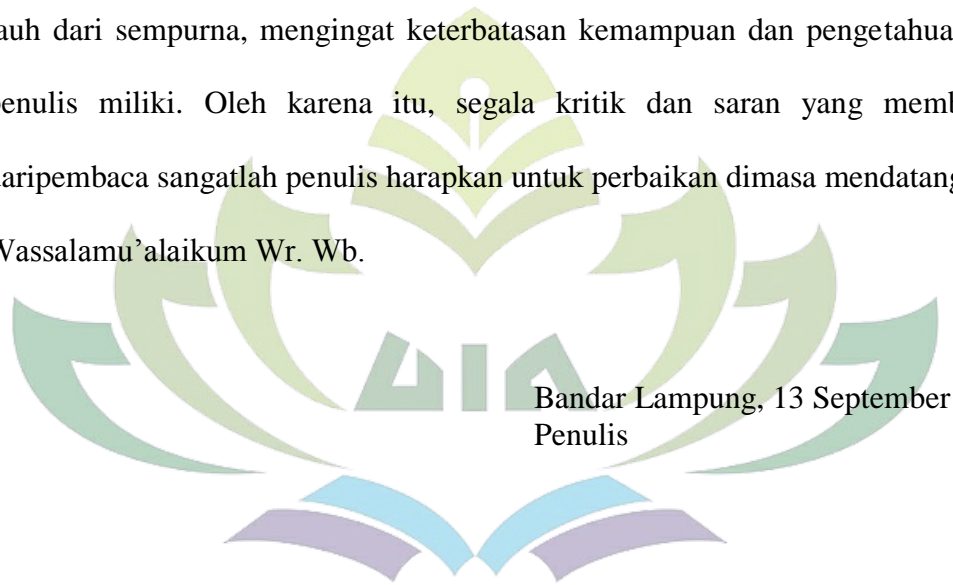
1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberi kesempatan untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak H. Supaijo, S.H., M.H. selaku pembimbing I dan Ibu Nur Wahyu Ningsih, S.E., M.S.Akt. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu terkait serta dengan sabar membimbing dan memberi pengarahan demi keberhasilan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (khususnya Jurusan Perbankan Syariah) yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan

kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

5. Sahabat-sahabat terbaik tempat berbagi suka duka dan selalu memberi dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini Good People: Afit Wahyudi, S.E., Ahmad Kholily, S.E., A Mirza Noftiawan, S.E., Tri Andi Syahputra, S.E., Demas Satria, S.E., Cucu Wulandari, S.E., Mega Dwi Atika, S.E., Ismi Wahyuni, S.E., Nurul Aprinita, S.E., Dina Nur Malasari, S.E., dan Gita Meilanistiana Herlambang, S.E. terimakasih atas kebersamaannya, dukungan dan motivasi yang telah diberikan. Semoga persahabatan ini akan selalu terjalin dengan rasa persaudaraan yang semakin kuat.
6. Saudara-saudara seperjuangan Kosan Putra Hilal: khususnya Deni Kurniawan, S.Pd., M. Ramdani Nasrudin, S.E. dan Bagas Adi Saputra, S.Sos. terimakasih atas kebersamaannya, dukungan dan motivasi yang telah diberikan.
7. Teman-teman KKN kelompok 199 desa Gedung Harta Khususnya para wanita-wanita Wakanda, Niar Atifa, Dewi Wahyuni, Rensi Anggraeni, Shofi Mustofia, Oktavia Sulistiawati, Ovi TriWidhi dan Diah Ratna, terimakasih atas kebersamaan dan kekeluargaan yang telah terjalin selama ini.
8. Teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2015, terkhusus kelas A, terimakasih atas motivasi, pemacu semangat dan kekeluargaan yang telah terjalin selama ini.
9. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang ku banggakan, yang telah mendidikku dengan iman dan ilmu.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Alhamdulillahiladzi bini'matihi tatimushalihat (segala puji bagi Allah yang dengannikmatnya amal shaleh menjadi sempurna). Semoga semua bantuan, bimbingan dan kontribusi yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ridho dan sekaligus sebagai catatan amal ibadah dari Allah SWT. AamiinYaRobbal 'Alamin. Selanjutnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun daripembaca sangatlah penulis harapkan untuk perbaikan dimasa mendatang. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Bandar Lampung, 13 September 2019
Penulis

Aprilian Ahmad Afandi
NPM.1551020120

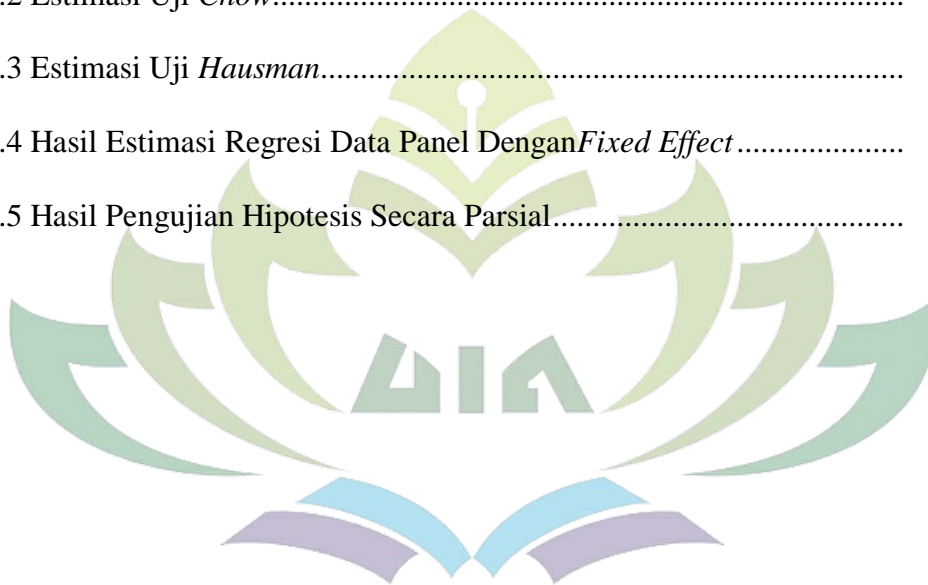
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGATAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang	3
D. Batasan Masalah.....	10
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian.....	12
 BAB II LANDASAN TEORI	 14
A. <i>Sharia Enterprise Theory</i>	14
B. <i>Legitimacy Theory</i>	15
C. <i>Stakeholder Theory</i>	16
D. Kinerja Perusahaan.....	18
E. <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>	24
F. Dasar Hukum <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia...	29
G. <i>Islamic Social Reporting</i>	30
H. Reputasi Perusahaan.....	34
I. Bank Umum Syariah	38

J. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	42
K. Kerangka Berfikir.....	44
L. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Sumber Data.....	48
C. Populasi dan Sampel	49
D. Metode Pengumpulan Data	51
E. Definisi Operasional Variabel.....	52
F. Metode Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	61
A. Hasil Penelitian	61
B. Analisis Data	65
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Item Pengungkapan <i>Islamic Social Reporting</i>	32
3.1 Daftar Populasi Penelitian.....	49
3.2 Daftar Sampel Penelitian	51
3.3 Daftar Variabel, Indikator Variabel, dan Sekala Variabel	54
4.1 Statistik Deskriptif	61
4.2 Estimasi Uji <i>Chow</i>	63
4.3 Estimasi Uji <i>Hausman</i>	65
4.4 Hasil Estimasi Regresi Data Panel Dengan <i>Fixed Effect</i>	66
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	69



DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1.1 Perkembangan BUS Dan UUS Di Indonesia	4
2.2 Kerangka Pemikiran.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Tabulasi Data Rasio *Return On Equity* ROE) Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode 2014-2017
2. Lampiran 2 : Tabulasi Data Rasio Reputasi Perusahaan(*Market Share*) Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode 2014-2017
3. Lampiran 3 : Tabulasi Data Rasio *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode 2014-2017
4. Lampiran 4 : Hasil Uji Statistik Deskripsi
5. Lampiran 5 : Estimasi Regresi Data Panel – *Cammon Effect*
6. Lampiran 6 : Estimasi Regresi Data Panel – *Fixed Effect* (Uji Regresi)
7. Lampiran 7 : Estimasi Regresi Data Panel – *Randoom Effect*
8. Lampiran 8 : Pemilihan Teknik Estimasi Regresi Data Panel – Uji *Chow*
9. Lampiran 9 : Pemilihan Teknik Estimasi Regresi Data Panel – Uji *Hausman*

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah-istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekliruan bagi pembaca. Oleh karena itu, dengan adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dan makna yang dimaksud serta dapat menghindari kekeliruan bagi pembaca. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Kinerja Perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan”**

1. Pengaruh dalam istilah penelitian tersebut dengan akibat asosiatif yaitu, suatu penelitian yang mencari atau peraturan nilai antara satu variabel dengan variabel yang lain.¹
2. Kinerja Perusahaan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum, dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.²
3. *Islamic Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi dan Islam, legal Islam, etika Islam

¹ Sugiono, *Penelitian Administratif* (Bandung: Alfa Beta, 2001), h. 7.

² Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, “Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan”. *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1 (Juni 2016), h. 40.

dan filantropi islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada Al-Quran dan Hadist.³

4. Reputasi Perusahaan adalah evaluasi penilaian atas citra organisasi dari masyarakat.⁴

Dengan penejelasan di atas penulis dalam penelitian ini akan meneliti tentang keterkaitan atau pengaruh antara variabel-variabel dalam judul tersebut. Penelitian ini akan mencari pengaruh variabel independen yakni kinerja perusahaan dan ICSR terhadap variabel dependen yakni reputasi perusahaan.

B. Alasan Memilih Judul

Alasan-alasan penulis memilih judul ini ialah:

1. Alasan Obyektif

Secara obyektif reputasi adalah hal yang sangat penting bagi nasabah dalam menentukan bank mana yang akan digunakan sebagai lembaga keuangan mereka. Reputasi pada perusahaan perbankan umumnya tidak hanya dilihat dari bank tersebut dapat dipercaya dan memberikan rasa aman bagi para nasabah yang telah mempercayakan uangnya untuk disimpan di bank tersebut namun juga dengan meningkatkan kinerja khususnya peningkatan *return on equity* yang baik bagi para investor dan memberikan *value* kepada masyarakat dan lingkungan sekitar bank itu berdiri maka nilai perusahaan dan reputasi perusahaan akan semakin baik dimata pemegang saham, masyarakat dan

³ Khursid MA. "Developing an Islam Corporate Social Responsibility Model. Competitiveness Review", *Jurnal* vol. 24 No. 4, hal 258-274.

⁴ Dian Rhesa Rahmayati, "Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membangun Reputasi Perusahaan" *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 11 No. (Juni 2014), h. 99.

nasabah pada bank tersebut. *Value* yang dapat diberikan kepada masyarakat ini bisa dengan pengungkapan ICSR. Oleh sebab itu alasan penulis mengambil judul **“Pengaruh Kinerja Perusahaan Dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan”** agar dapat mengetahui apakah kinerja perusahaan dan ICSR dapat mempengaruhi reputasi perusahaan.

2. Alasan Subyektif

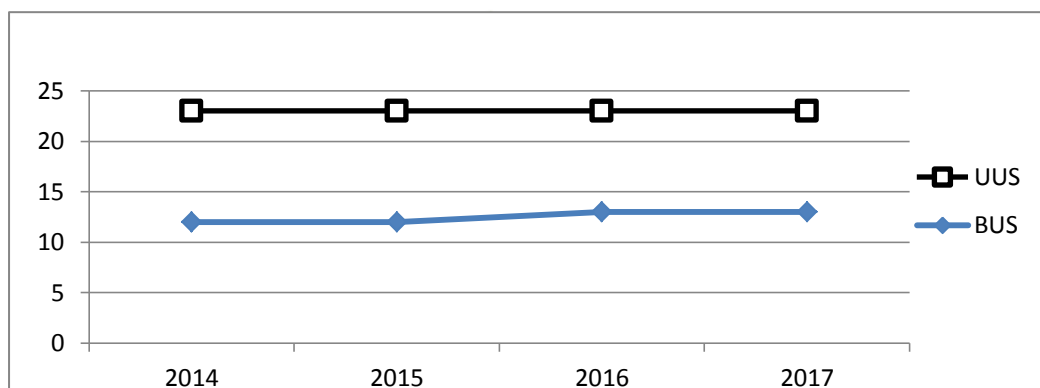
Alasan subyektif permasalahan dalam judul penelitian ini relevan dengan disiplin ilmu yang ditekuni oleh penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adanya referensi yang mendukung sehingga dapat mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

C. Latar Belakang

Di era yang modern saat ini lembaga keuangan khususnya perbankan tidak hanya dilihat bank tersebut dapat dipercaya atau tidak oleh masyarakat, akan tetapi dapat memberikan gambaran kepada masyarakat seberapa bank tersebut bisa dijadikan lembaga keuangan yang mumpuni dalam mengelola dana yang dipercayakan masyarakat kepada bank tersebut. Fenomena semakin banyaknya lembaga keuangan yang ada di Indonesia menunjukkan bahwa semakin kompleksnya masyarakat Indonesia dalam menilai suatu lembaga keuangan, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tidak hanya memandang lembaga keuangan hanya sebagai lembaga yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat saja namun lebih dari itu.

Perkembangan lembaga keuangan di Indonesia lambat laun mengalami kenaikan, dari segi kuantitas setiap tahunnya perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami trend yang positif, hal ini dapat dilihat dari jumlahnya terdapat 13 Bank Umum Syariah dan 21 Unit Usaha Syariah di Indonesia saat ini pada gambar di bawah ini:

Gambar 1.1
Perkembangan Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah
Di Indonesia



Sumber: Statistik Perbankan Syariah (Data Diolah)

Bank syariah merupakan bukti lembaga keuangan bukanlah hanya sebagai lembaga *intermediary* saja melainkan sebagai kebutuhan dan solusi alternatif bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam di tengah pertentangan lembaga keuangan yang tidak sesuai dengan prinsip dan syariat agama Islam mengenai bunga bank dan riba.

Selain sebagai bank yang dalam setiap pengoprasionalnya selalu berorientasi kepada apa apa yang diperintahkan dan apa apa yang dilarang oleh Allah SWT bank syariah diminat oleh masyarakat karena karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan

bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam menghindari kegiatan spekulatif yang telah dilarang oleh agama islam.

Namun, pangsa pasar (*market share*) bank syariah di Indonesia masih tergolong kecil di bandingkan dengan bank konvensional. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan *market share* tertinggi yang diperoleh bank syariah hanya sebesar 8,47% atau setara US\$ 83,62 miliar dari total asset keuangan Indonesia.⁵ Hal ini mengindikasikan bahwa pangsa pasar bank konvensional sangat mendominasi dalam menguasai asset keuangan di Indonesia.

Market share merupakan gambaran presentase suatu perusahaan dapat menguasai dari total pasar yang ada. Dengan *market share* yang baik mengindikasikan suatu perusahaan itu memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat. Sebagai lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, dalam pengoprasionalannya bank syariah sangat berorientasi pada tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah. Kepercayaan dari masyarakat inilah yang mengindikasikan suatu bank memiliki Reputasi yang baik.

Mengingat begitu pentingnya fungsi dan peranan reputasi bagi bank syariah, maka bank syariah perlu meningkatkan kinerjanya agar tercipta perbankan dengan prinsip syariah yang sehat, efektif dan efisien. Kinerja perusahaan yang baik tidak hanya akan meningkatkan kepercayaan masyarakat melainkan juga akan meningkatkan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut. Kinerja bank syariah sebagaimana layaknya sebuah perusahaan dapat dilihat dengan menganalisa laporan keuangan bank syariah. Ukuran yang lazim untuk mengukur

⁵ Siaran Pers Otoritas Jasa Keuangan tahun 2017 dikunjungi pada 19 September 2019

kinerja perusahaan dinyatakan dalam rasio keuangan yaitu pada rasio profitabilitas salah satunya ialah rasio *Return On Equity* (ROE) karena ROE ialah rasio digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak.⁶ Dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang baik akan meningkatkan pemenuhan kewajiban terhadap *stakeholdernya*. Menurut *Sharia Enterprise Theory* pemenuhan kewajiban terhadap *stakeholder* mempunyai artian yang sangat luas tidak hanya terhadap karyawan melainkan lebih luas lagi yaitu terhadap Tuhan, Masyarakat, dan Alam.⁷ Pemenuhan tanggung jawab tersebut juga tidak hanya dapat dilakukan dengan penilaian kinerja yang baik melainkan dapat juga diimplementasikan dengan kebijakan pengungkapan tanggung jawab terhadap sosial yakni sering di sebut dengan pengungkapan CSR perusahaan yang bernilai spiritual yang disebut dengan ICSR.

Corporate social responsibility (CSR) atau pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sesuatu yang tidak asing lagi bagi perusahaan publik yang ada di Indonesia. Telah sejak lama pemerintah menetapkan bahwasanya setiap perusahaan harus berkontribusi dalam kehidupan sosial dan lingkungan secara langsung kepada masyarakat. Peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang keharusan perseroan terbatas melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah bukti bahwa CSR di Indonesia mulai diterapkan dan diatur

⁶ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, "Islamic Corporate Social Responsibility Disclourse, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan". *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1 (Juni 2016), h. 41

⁷ Samsiah, "Kajian Implementasi Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Ditinjau Dari Shariah Enterprise Theory Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan". *Jurnal InFestasi*, Vol. 20 No. 1 (Juni 2016) h. 51

berdasarkan hukum yang telah disepakati.⁸ *Corporate social responsibility* dicanangkan bukan tanpa alasan, banyak hal yang menjadi dasar mengapa setiap perusahaan harus melaksanakan pengungkapan tanggung jawab social, karena dalam lingkungan masyarakat sebuah perusahaan seharusnya tidak hanya berfokus dalam mencapai tujuan perusahaan saja melainkan harus memberikan *value* kepada masyarakat dalam hal sosial dan selalu menjaga lingkungan disekitar perusahaan itu berdiri. Sesuai dengan firman Allah SWT Q.S Al-Baqarah ayat 177:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ
وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا
عَاهَدُوا ۚ وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya: “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa”.⁹

Ayat diatas menjelaskan bahwasanya Islam sangat mengedepankan kepentingan sosial dan masyarakat daripada kepentingan pribadi dalam hal

⁸ Peraturan Pemerintah Nomor. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia *Al-Quran dan Terjemah*. (Bandung: PT. Cardoba Internasional Indonesia, 2012) hal. 27

apapun demi kebaikan bersama. Dengan ini dapat diasumsikan bahwa pelaporan mengenai CSR menjadi perhatian khusus bagi perusahaan dalam memproduksi suatu barang ataupun jasa agar tidak mengganggu kenyamanan disekitarnya. Sehingga hal ini bukan hanya kepatuhan pada undang-undang semata melainkan suatu kewajiban yang mesti diterapkan oleh perusahaan.¹⁰

ICSR muncul untuk melengkapi dasar pemikiran yang cukup kuat mengenai pentingnya inisiatif CSR jika dipandang dari segi keislaman. ICSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang berdimensi ekonomi dan islam, legal islam, etika islam dan filantropi islam berdasarkan nilai-nilai keislaman yang ada pada Al-Quran dan Hadist.¹¹ Dalam konsep ICSR juga terdapat dalam ajaran islam yang mana ketika menjalankan suatu bisnisnya harus berdasarkan prinsip syariah dan mendasarkan pada filososfi dasar Al-Quran dan As-Sunnah, sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya.¹² Hal ini menjelaskan bahwa dalam pengungkapan ICSR dalam dunia perbankan syariah ialah suatu kewajiban bagi seluruh stakeholder agar dapat ikut serta mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar bank itu berdiri. Sebab yang menjadi tanggung jawab bank syariah tidak hanya kepada stakeholder saja melainkan memiliki ruang lingkup yang lebih luas sehingga mendapatkan keridhaan dari Allah SWT.

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah salah satu bentuk upaya suatu bank syariah dapat menerapkan nilai-nilai norma yang berlaku dalam kehidupan

¹⁰ Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Vol. 4 No. 1 (2016), h. 85.

¹¹ Khursid MA, *Ibid.*

¹² Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni, *Ibid.* h. 86

bermasyarakat, nilai-nilai agama ialah satu hal yang sangat di junjung dalam berkehidupan bermasyarakat. Terdapat beberapa prinsip tentang bagaimana seharusnya seorang manusia menjalin hubungan dengan sang pencipta dan hubungan manusia dengan sesama manusia, prinsip ini adalah berbagi dengan adil, rahmatan lil alamin (rahmat bagi seluruh alam) dan maslahah (kepentingan masyarakat)¹³.

Sebagai lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, dalam pengoprasionalannya bank sangat berorientasi pada tingkat kepuasan dan kepercayaan nasabah, sehingga pengungkapan kinerja perusahaan dan ICSR adalah salah satu hal yang sangat berperan untuk membangun citra dan reputasi yang baik pada nasabah dan masyarakat dimana bank itu berdiri. Reputasi perusahaan merupakan salah satu unsur terpenting dalam dunia bisnis. Selaras dengan hal ini, bank syariah adalah salah satu jenis bank yang memainkan peranan penting dalam pengungkapan ICSR. Namun dalam penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengungkapan ICSR yang menggunakan metode indeks GRI (*Global Reporting Initiative*) tidak menunjukkan skor pengungkapan ICSR pada bank syariah yang maksimum, rata rata pengungkapannya dibawah 50%.¹⁴ Padahal dengan pengungkapan ICSR yang baik tidak hanya akan bermanfaat terhadap masyarakat melainkan bermanfaat untuk reputasi bank tersebut.

¹³ Samsiah, *Ibid.* h. 50.

¹⁴ Rina, Trisnawati. "Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 16 No 2 (Desember 2012), h. 140.

Reputasi yang baik dapat mempengaruhi dukungan masyarakat terhadap bank dan akses bank terhadap sumber daya yang diperlukan. Semakin baik bank mengelola reputasinya maka semakin baik pula dalam mempertahankan pemegang sahamnya dan menambah nasabahnya. Oleh karena itu dapat diasumsikan bahwa reputasi berkaitan dengan kinerja dan pengungkapan ICSR pada bank syariah. Dalam penelitian ini reputasi akan diuji dengan variabel pemrediksi yaitu kinerja perusahaan dan ICSR. Maka berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kinerja Perusahaan Dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan”**.

D. Batasan Masalah

Untuk memberikan kejelasan mengenai objek yang menjadi focus penelitian dalam penulisan tugas akhir ini, menghindari masuknya data dan informasi yang tidak berkaitan dengan masalah dan menghindari perluasan masalah sebagai dampak luasnya ruang lingkup objek yang akan dikaji dan agar peneliti lebih mengarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang diteliti maka terdapat batasan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan berkaitan dengan Variabel Kinerja perusahaan yang diukur menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) dimana sebagai rasio pengungkapan informasi kepada para pemegang saham atas pengembalian modal saham.

2. Pada variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial ditunjukkan perusahaan kepada para stakeholder perusahaan.
3. Variabel reputasi perusahaan yang dilihat dari sudut pandang masyarakat dalam penelitian ini diukur menggunakan market share perusahaan untuk melihat jumlah dana pihak ketiga bank umum syariah di pasaran.

E. Rumusan Masalah

Dari penjelasan di atas penulis ingin mengembangkan dari segi adakah pengaruh ICSR terhadap reputasi. Lebih lanjut lagi penulis menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kinerja perusahaan mempengaruhi reputasi perusahaan?
2. Apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* mempengaruhi reputasi perusahaan?
3. Apakah kinerja perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama berpengaruh terhadap reputasi perusahaan menurut perspektif perbankan syariah?

F. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk menguji secara empiris apakah Kinerja Perusahaan memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan
2. Untuk menguji secara empiris apakah ICSR memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan.

3. Untuk menguji secara empiris apakah kinerja perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh secara simultan terhadap reputasi perusahaan menurut persepektif bank syariah.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tambahan mengenai pengaruh ICSR terhadap reputasi perusahaan Selain itu penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi tambahan pada penelitian sebelumnya dan dapat memberikan panduan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan ilmu dalam melakukan penelitian dan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh kinerja perusahaan dan ICSR terhadap reputasi perusahaan.

b. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, menerapkan ICSR dan bisa meningkatkan reputasi bank melalui ICSR.

c. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai bahan penambah pengetahuan bagi pembacanya.

d. Manfaat Pemberi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemberi kebijakan bagi bank umum syariah untuk ikut memajukan bank syariah di Indonesia.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Sharia Enterprise Theory*

Sharia Enterprise theory merupakan teori yang mengakui adanya pertanggungjawaban tidak hanya kepada pemilik perusahaan saja melainkan kepada kelompok *stakeholder* yang lebih luas. Menurut Mutia *Sharia Enterprise theory* memiliki beberapa konsep terkait pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan, terutama pada perbankan syariah yaitu, pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap tuhan dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan ridho (legitimasi) dari tuhan sebagai tujuan utama, karena dalam hal ini *Sharia Enterprise theory* didalamnya menjelaskan bahwa Allah adalah sumber amanah utama, sedangkan sumber daya *stakeholder* adalah amanah dari Allah yang di dalamnya melekat sebuah tanggung jawab untuk menggunakan dengan cara dan tujuan yang ditetapkan oleh sang maha pemberi amanah. Tujuan ini dapat dicapai jika si hamba menggunakan sumber daya dengan cara yang dapat membuatnya menjadi *rahmatan lil alamin* (membawa rahmat bagi seluruh alam)¹⁵

Sharia Enterprise theory dapat dikatakan merupakan suatu *social integration* yang berasal dari adanya kepentingan emansipatoris untuk membedakan *knowledge* yang selalu terperangkap dalam dunia materil menjadi suatu *knowledge* yang juga mempertimbangkan aspek non materil. Aspek aspek non

¹⁵ Inten Mutia, Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis). Jakarta: Citra Pustaka Indonesia. 2010. h.11

materil ini yang dimaksud adalah aspek spiritual atau nilai-nilai Illahi. *Sharia Enterprise theory* memiliki dimensi-dimensi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial pperusahaan terutama perbankan syariah, yaitu dimensi akuntabilitas vertical dan akuntabilitas horizontal. Akuntabilitas vertical ditunjukkan kepada Tuhan. Contoh pengungkapan tanggung jawab yang bertujuan menunjukkan akuntabilitas vertical adalah adanya opini Dewan Pengawas Syariah dan adanya pengungkapan mengenai fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya. Sedangkan akuntabilitas horizontal ditunjukkan kepada tiga pihak yaitu *direct stakeholders* (nasabah dan karyawan), *indirect stakeholders* (komunitas), dan alam.¹⁶

B. *Legitimacy Theory*

Legitimacy theory adalah sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat.¹⁷ Konsep legitimasi organisasi didefinisikan oleh Dowling dan Pfeffer sebagai kondisi atau status yang terjadi ketika sistem nilai suatu entitas yang digunakan sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih luas, entitas adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dalam memperhatikan lingkungan, sehingga dalam teori ini menjelaskan bahwa semua kegiatan

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Nor Hadi. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011. h. 88.

operasional perusahaan haruslah berpihak dan sejalan dengan kepentingan masyarakat.¹⁸

Legitimcy theory menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar aktivitas dan kegiatan perusahaan terlegitimasi dimata masyarakat.¹⁹ Meskipun tujuan utamanya mencari keuntungan, namun perusahaan tidak bisa terlepas dari lingkungan masyarakat. Semakin banyak bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, citra dan reputasi perusahaan akan semakin baik. Dengan baiknya reputasi suatu perusahaan akan mengundang investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Begitu juga dengan loyalitas konsumen, semakin citra dan reputasi baik maka tingkat loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan juga akan meningkat.

C. *Stakeholder Theory*

Istilah *Stakeholder* pertama kali muncul pada tahun 1708, kata ini telah dipakai oleh banyak pihak dan mempunyai berbagai makna dalam berbagai ilmu atau konteks, Freeman menjelaskan bahwa *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi

¹⁸ Ang S. Lin Lindawati, dan Marsella E. Puspita, “Corporate Social Responsibility: Implementasi *Stakholder* dan *Legitimacy Gap* Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan”, *Jurnal Akutansi Multiparadigma*, Vol. 6 No. 1 (April 2015), h. 163.

¹⁹ Bambang Purnomosidhi, DKK “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor”, *Jurnal Akutansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 5 No. 2 (Desember 2008), h. 249.

maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.²⁰ *Stakeholder Theory* pada CSR menurut Adam dan McNicholas ialah pengungkapan informasi keuangan, sosial, dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya dan menyediakan informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat merubah persepsi dan ekspektasi²¹

Menurut Thomas dan Andrew, *Stakeholder Theory* memiliki beberapa asumsi sebagai berikut:²²

1. Perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok *stakeholder* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan entitas.
2. Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan *stakeholdernya*.
3. Kepentingan seluruh *legimitasi stakeholder* memiliki nilai secara tidak hakiki, dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain.
4. Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.

Teori ini menjelaskan bahwa CSR adalah salah satu entitas untuk berkomunikasi dengan *stakeholder*, karena pengungkapan CSR merupakan bagian dari peran entitas ke *stakeholder*. Dengan pelaksanaan CSR diharapkan hak-hak dari *stakeholder* dapat terpenuhi sehingga akan menjadikan hubungan yang harmonis antara entitas dengan *stakeholdernya*. Teori *stakeholder* mengemukakan bahwa ketika perusahaan bertemu dengan berbagai macam harapan para

²⁰ Muhammad Yasir Yusuf. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*. Depok: Kencana. 2017. h. 24.

²¹ Ang S. Lin Lindawati, dan Marsella E. Puspita, *Ibid.* h. 161.

²² Nor Hadi, *Ibid.* h. 94.

stakeholder mereka akan lebih mampu menciptakan kinerja perusahaan yang luar biasa.²³

D. Kinerja Perusahaan

1. Pengertian Kinerja Perusahaan

Menurut Islam Kinerja merupakan bentuk atau cara individu dalam mengaktualisasikan diri. Kinerja merupakan bentuk nyata dari nilai, kepercayaan dan pemahaman yang dianut serta dilandasi prinsip-prinsip moral yang kuat dan dapat menjadi motivasi untuk melahirkan karya bermutu.²⁴

Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surat Al-Jumu'ah Ayat 10 yang Berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: *Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.*

Ayat di atas menjelaskan bahwa tujuan seorang muslim berkerja adalah untuk mencari keridhaan Allah SWT dan mendapatkan keutamaan dari hasil yang diperoleh. Jika kedua hal itu telah menjadi landasan kerja seseorang, maka akan tercipta kinerja yang baik.²⁵

²³ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, "Islamic Corporate Social Responsibility Disclosure, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan". *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1 (Juni 2016), h. 40.

²⁴ Multitama, *Islamic Busines Strategy For Entrepreneurship*. Jakarta: Zikrul Hakim. 2006. h. 100.

²⁵ *Ibid.*

Kinerja perusahaan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum, dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.²⁶ Sebagai wujud dari hasil yang telah dicapai perusahaan dalam periode waktu usaha, tidak terlepas dari kinerja yang dilakukan pihak perusahaan. Jika kinerja perusahaan yang baik, maka akan menghasilkan prestasi yang baik pula, begitu juga sebaliknya.

Ukuran yang lazim dipakai untuk menilai kinerja perusahaan dinyatakan dalam rasio keuangan yaitu pada rasio profitabilitas. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam operasinya (profitabilitas) merupakan fokus utama dalam penilaian kinerja perusahaan. Tingkat profitabilitas dapat dijadikan sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban bagi penyandang dananya dan juga menjadi elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.²⁷

Prinsip-prinsip dalam pengukuran kinerja menurut Honsen Mowen adalah:²⁸

- a. Konsisten dengan tujuan perusahaan

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Abdul Zailani, "Pengukuran Kinerja Perusahaan *Balanced Scorecard*" *Jurnal Performance*, Vol. 9 No. 2 (Maret 2009), h. 68.

- b. Memiliki adaptasi pada kebutuhan
- c. Dapat mengukur aktivitas yang signifikan
- d. Akseptabilitas dari atas ke bawah
- e. Biaya yang digunakan efektif
- f. Mudah dipublikasikan
- g. Tersaji tepat waktu

Penilaian atas kinerja perusahaan ini untuk melihat kelebihan dan kekurangan perusahaan. Jika perusahaan mempunyai kekurangan bagaimana kekurangan itu bisa di tutupi begitu juga sebaliknya jika perusahaan tersebut mempunyai kelebihan bagaimana perusahaan tersebut mempertahankan dan meningkatkan kelebihan perusahaan tersebut.

Pada dunia perbankan kinerja bank merupakan bagian dari kinerja bank secara keseluruhan. Kinerja (*performance*) bank secara keseluruhan merupakan gambaran prestasi yang dicapai bank dalam operasionalnya, baik menyangkut aspek keuangan, pemasaran, penghimpunan dan penyaluran dana, teknologi maupun sumber daya manusia. Berdasarkan apa yang digambarkan di atas, kinerja bank merupakan gambaran kondisi keuangan bank pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas.²⁹

²⁹ Jumingan. *Analisis Laporan Keuangan*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2014). h. 239.

Berkaitan dengan analisis kinerja keuangan bank bank mengandung beberapa tujuan yaitu:³⁰

- 1) Untuk mengetahui keberhasilan pengelolaan keuangan bank terutama kondisi likuiditas, kecukupan modal dan probabilitas yang dicapai dalam tahun berjalan maupun tahun sebelumnya.
- 2) Untuk mengetahui kemampuan bank dalam mendayagunakan semua asset yang dimiliki dalam menghasilkan profit secara efisien.

2. Pengukuran Kinerja Perusahaan

Dalam dunia perbankan, penilaian kinerja perusahaan dapat diketahui melalui perhitungan rasio tingkat kesehatan bank dari semua laporan keuangan yang disajikan perusahaan. Dalam hal ini berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan pasal 6 No. 8/POJK.03/2014 tentang sistem penilaian tingkat kesehatan bank umum syariah, penilaian tingkat kesehatan bank terdiri dari 4 komponen, yaitu *risk profile*, *good corporatae governance*, *earning*, dan *capital*. Metode-metode dalam peraturan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan No. 8/POJK.03/2014 penilaian tersebut ialah:³¹

- a. Penilaian terhadap faktor profil resiko (*Risk Profile*) merupakan penilaian terhadap resiko inheren dan kualitas penerapan manajemen resiko dalam operasional bank yang dilakukan terhadap 10 resiko yaitu: resiko kredit, resiko pasar, resiko likuiditas, resiko operasional, resiko hukum, resiko stratejik, resiko reputasi, resiko imbal hasil, dan resiko investasi.
- b. Penilaian terhadap faktor *Good Corporate Governance* merupakan penilaian terhadap manajemen bank umum syariah atas pelaksanaan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan. No 8 Tahun 2014 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah, Pasal 6.

- c. Penilaian terhadap *Earning* merupakan penilaian terhadap kinerja bank dalam menghasilkan dan mempertahankan kemampuan menghasilkan labanya. Sama seperti *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE), dan *net interest margin* (NIM)
- d. Penilaian terhadap *Capital* merupakan penilaian terhadap tingkat kecukupan permodalan dan pengelolaan permodalan bank umum syariah.

3. Alat Ukur Kinerja Perusahaan

Ukuran kinerja perusahaan dalam hal ini peneliti meneliti perusahaan Bank Syariah, berdasarkan penjelasan sebelumnya bahwa kinerja bank dilihat dan diukur menggunakan indeks tingkat kesehatan bank. Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan pasal 6 No. 8/POJK.03/2014 tentang sistem penilaian tingkat kesehatan bank umum syariah, penilaian tingkat kesehatan bank terdiri dari 4 komponen, yaitu *risk profile*, *good corporate governance*, *earning*, dan *capital*.³²

Salah satu ukuran kinerja perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Return on Equity* (ROE), ROE ialah rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen lembaga keuangan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. *Return on Equity* (ROE) merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE memberikan gambaran mengenai tiga hal pokok yaitu:³³

- a. *Profitability* kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dihitung dengan *profit margin* dimana pendapatan bersih dibagi

³² *Ibid.*

³³ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, *Ibid*, h 41.

dengan penjualan. Semakin tinggi profit margin menginterpretasikan bahwa perusahaan menghasilkan profit dari setiap rupiah penjualan.

- b. *Asset management* efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset* yang dimilikinya yang dihitung dengan *asset turnover* dimana penjualan dibagi dengan rata-rata total *asset*. Semakin tinggi *asset turnover* menginterpretasikan bahwa perusahaan menggunakan asetnya dengan efisiensi sehingga menghasilkan penjualan yang lebih dari setiap rupiah *asset*.
- c. *Financial leverage* utang yang dipakai dalam melakukan usaha yang dihitung dengan *equity multiplier* dimana rata-rata *total asset* dibagi dengan rata-rata *total ekuitas*. Semakin tinggi *equity multiplier* menginterpretasikan bahwa *asset* perusahaan telah didanai oleh utang. Semakin tinggi ROE mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan dana investor secara efektif.

ROE digunakan untuk mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham, ROE dihitung dengan membagi laba usaha setelah pajak dengan ekuitas dikalikan seratus persen. Rata-rata ekuitas diperoleh dari ekuitas awal periode ditambah akhir periode dibagi dua. Rasio ini berguna untuk mengetahui seberapa besar kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik.³⁴

³⁴ *Ibid.*

E. *Islamic Corporate Social Responsibility*

1. *Pengertian Islamic Corporate Social Responsibility*

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) sama hal nya dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.³⁵ *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan pendekatan yang seimbang bagi organisasi untuk mengatasi problem ekonomi, sosial dan isu lingkungan dengan cara yang menguntungkan individual maupun masyarakat.³⁶

Konsep CSR dalam islam terdiri dari konsep zakat, konsep keadilan konsep kemaslahatan, konsep tanggung jawab dan konsep fallah. Konsep zakat mendorong kepada pemahaman bahwa dalam harta sebenarnya tersimpan hak orang lain. Dan konsep konsep yang telah di sebutkan diatas mengindikasikan bahwa manusia yang hidup di dunia ini diciptakan sebagai khalifatullah fil ardh untuk mensejahterakan seluruh manusia dan alam yang ada di dunia ini. CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inhern* dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al-syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis

³⁵ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 1.

³⁶ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani , *Ibid.* h. 39.

adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan.³⁷

2. Manfaat *Islamic Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial sebagai konsekuensi logis keberadaan perusahaan di lingkungan masyarakat mendorong perusahaan untuk lebih produktif dalam mengambil inisiatif dalam hal tanggung jawab sosial. Pada dasarnya tanggung jawab tanggung jawab sosial akan memberikan manfaat dalam jangka panjang, terutama bagi perusahaan, masyarakat dan pemerintah.³⁸

Adapun manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:³⁹

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan
- e. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders
- f. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- g. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- h. Peluang mendapatkan penghargaan

Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan yang menerapkan CSR dapat berdampak panjang. Salah satunya yaitu apabila perusahaan

³⁷ Ali Syukron, "CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 5 No. 1 (2015), h. 3.

³⁸ Hamdani, *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h. 175.

³⁹ Budi, Untung Hendrik. *Ibid.* h. 6.

menemukan potensi lain di daerah perusahaan tersebut. maka masyarakat dan pemerintah akan dengan cepat mendukung keberadaan perusahaan tersebut.

3. *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan.⁴⁰ Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10 dan Al Baqarah ayat 148:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (Q.S. Al-Jumu'ah: 10).

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (Q.S. Al Baqarah: 148)

Sebenarnya, dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban

⁴⁰ M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, “Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Kasus Pada Bank Syariah di DIY”, *Jurnal Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 10 No.1, (Januari 2008). h.

secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua stakeholders berdasarkan kewajiban, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.⁴¹

Falsafah moral Islam yang tercermin dalam CSR disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu:⁴²

- a. Menjaga lingkungan dan melestarikannya (Q.S Al-Baqarah: 11-12)

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ ﴿١١﴾
أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِنْ لَا يَشْعُرُونَ ﴿١٢﴾

Artinya: (11) dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi. mereka menjawab: "Sesungguhnya Kami orang-orang yang Mengadakan perbaikan." (12) Ingatlah, Sesungguhnya mereka Itulah orang-orang yang membuat kerusakan, tetapi mereka tidak sadar. Kerusakan yang mereka perbuat di muka bumi bukan berarti kerusakan benda, melainkan menghasut orang-orang kafir untuk memusuhi dan menentang orang-orang Islam.

- b. Upaya untuk menghapus kemiskinan (Q.S Ar-Rum: 07)

فَآتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿٢٨﴾

⁴¹ Ali Syukron, CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah, *Jurnal, Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 5 No. 1, (2015), h. 3.

⁴² *Ibid.*

Artinya: Maka berikanlah kepada Kerabat yang terdekat akan haknya, demikian (pula) kepada fakir miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan. Itulah yang lebih baik bagi orang-orang yang mencari keridhaan Allah; dan mereka Itulah orang-orang beruntung.

- c. Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar.

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ نَجِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ وَلَكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ وَكَثُرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya “Allah sekali-kali tidak pernah mensyari’atkan adanya bahiirah, saaibah, washiilah dan haam. akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti.” (Q.S Al-Maidah: 103)

- d. Jujur dan amanah

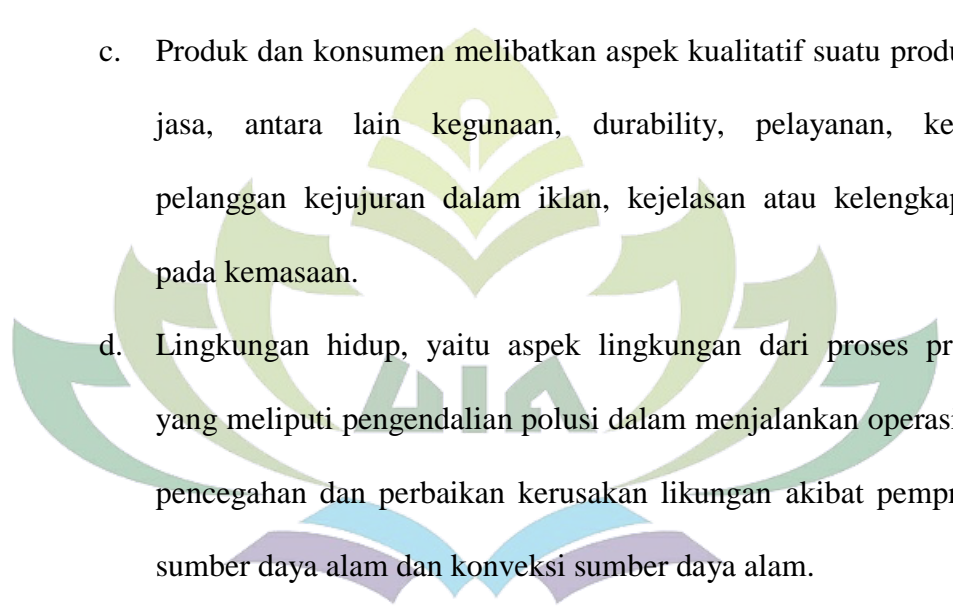
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”. (Surat Al-Anfal ayat 27)

4. Pengungkapan *Islamic Corporate Social Responsibility*

Adapun tema tema yang di ungkapkan dalam wacana akuntansi tanggung jawab sosial adalah:⁴³

⁴³ Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni “Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR)”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Vol. 4 No. 1 (2016), h. 85.

- 
- a. Kemasyarakatan, mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti perusahaan, misalnya aktivitas terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni, serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.
 - b. Ketenagakerjaan, meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi rekrutment, program penelitian, gaji dan tunjangan, mutasi dan promosi, dan lainnya.
 - c. Produk dan konsumen melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan, durability, pelayanan, kepuasan pelanggan kejujuran dalam iklan, kejelasan atau kelengkapan isi pada kemasan.
 - d. Lingkungan hidup, yaitu aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konveksi sumber daya alam.

F. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Undang-undang perseroan terbatas yang di terapkan oleh pemerintah memberikan gambaran bahwa adanya dukungan pemerintah dalam penerapan CSR, berikut merupakan dasar hukum *Corporate Social Responsibility* di Indonesia:

1. Undang-undang perseroan terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Social dan Lingkungan

- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundnag-undangan
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan

2. Peraturan pemerintah tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas Pasal 2 dan 3

Pasal 2: Setiap perseroan selaku subyek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 3:

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik didalam maupun di luar lingkungan.

Dengan demikian tanggung jawab sosial dan lingkungan ialah salah satu tujuan pemerintah dalam mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat umumnya.

G. *Islamic Social Reporting (ISR)*

Islamic social reporting indeks merupakan sebuah standar alternative yang digunakan untuk mengatur pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini berisi kompilasi item-item pengungkapan CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic*

Financial Institutions) yang kemudian dikembangkan oleh para peneliti selanjutnya sehingga *item-item* tersebut dianggap relevan untuk digunakan oleh entitas syariah.⁴⁴

Munculnya ISR (*Islamic Social Reporting*) pertama kali digagas oleh Haniffa dalam tulisannya yang berjudul “*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*”. Menurut Haniffa terdapat banyak keterbatasan dalam laporan sosial yang dipakai Bank Konvensional, sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual ISR berdasarkan ketentuan syariah yang mana bentuk pelaporan ini akan dipakai oleh lembaga syariah. ISR bertujuan meningkatkan transparansi dari aktivitas bisnis dengan menyediakan informasi yang relevan dalam memenuhi kebutuhan spiritual dari penggunaan laporan perusahaan yang muslim. Selain itu, indeks ISR juga menekankan pada keadilan sosial terkait pelaporan mengenai lingkungan, kepentingan minoritas, dan karyawan.⁴⁵ ISR sebenarnya merupakan kumpulan indeks pelaporan tanggung jawab sosial yang sudah ditetapkan oleh AAOFII yang sesuai dengan ketentuan syariah dan kemudian dikembangkan oleh masing-masing peneliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indeks ISR yang dirancang oleh Haniffa, penulis akan melakukan sedikit penyesuaian atas indeks-indeks tersebut dengan menyesuaikan indeks-indeks yang tidak bisa diterapkan di Indonesia.

Berikut ialah tabel pengungkapan *Islamic social reporting* yang digunakan dalam penelitian ini:

⁴⁴ Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni, *Ibid*.

⁴⁵ Citra Indah Merina dan Verawaty, “pengungkapan Indeks *Islamic Social Reporting* Perusahaan Go Publik Yang Listing di Jakarta Islamic Index”, *Jurnal Ilmiah MBiA* Vol. 15 No. 15 (Agustus 2016), h. 75.

Tabel 2.1
Item Pengungkapan *Islamic Social Reporting*

No	Item Pengungkapan	Nilai item
	Investasi dan Keuangan	
1	Riba	
	Aktifitas yang mengandung Riba	0,5
	% dari profit	0,5
2	Gharar	
	Aktifitas yang mengandung gharar	0,5
	% dari profit	0,5
3	Zakat	
	Sumber zakat	0,25
	Jumlah yang dibayar bank	0,25
	Jumlah yang dikeluarkan bank	0,25
	Penerima manfaat zakat	0,25
	Produk dan Jasa	
4	Status halal atau syariah dalam produk	1
5	Investasi dan pengembangan produk	1
6	Peningkatan pelayanan	1
	Tenaga Kerja	
7	Karakteristik pekerjaan	
	Jumlah jam kerja dan hari libur	0,25
	Remunerasi	0,25
	Rasio gaji dan upah	0,25
	Komposisi karyawan berdasarkan kriteria tertentu	0,25
8	Pendidikan dan pelatihan	
	Program pendidikan dan pelatihan karyawan	0,33
	Membangun program dan jenjang karir karyawan	0,33
	Strategi retensi karyawan	0,33
9	Kesehatan dan keselamatan kerja	1
10	Rekrutan karyawan	1
	Sosial	
11	Shadaqoh dan donasi	1
12	Wakaf	1
13	Qard hasan	1
14	Pendidikan	
	Pendirian sekolah	0,33
	Beasiswa	0,33
	Bantuan sekolah dalam bentuk finansial maupun non finansial	0,33
15	Bantuan kesehatan	1

16	Pemberdayaan ekonomi	1
17	Kepedulian terhadap yatim piatu dan dhuafa	1
18	Pembangunan atau renovasi masjid atau mushalla	1
19	Kegiatan kepemudaan	1
20	Kegiatan sosial lainnya	1
21	Sponsor acara kesehatan, olahraga dan sebagainya	1
	Lingkungan	
22	Kampanye <i>go green</i>	1
23	Konversi lingkungan	1
24	Perlindungan terhadap flora dan fauna	1
25	Perbaikan dan pembuatan sarana umum	1
	Tata kelola organisasi	
26	Profil organisasi	1
27	Struktur organisasi	1
28	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab DPS	1
29	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab direksi	1
30	Kelengkapan dan pelaksanaan tugas komite komite	1
31	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab dewan komisaris	1
32	Pelaksanaan prinsip syariah dalam penghimpunan dan penyaluran dana serta pelayanan jasa	1
33	Penanganan benturan kepentingan	1
34	Penerapan fungsi kepatuhan bank	1
35	Penerapan fungsi <i>audit intern</i>	1
36	Penerapan fungsi <i>audit ekstern</i>	1
37	Batas maksimum penyaluran dana	1
38	Transparansi kondisi keuangan dan non keuangan	1
39	Kebijakan anti pencurian uang dan praktik menyimpang lainnya	1
40	Etika perusahaan	1
	TOTAL ITEM	40

(Sumber : AAOIFI, 2019)

H. Reputasi Perusahaan

1. Pengertian Reputasi Perusahaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia reputasi atau citra didefinisikan sebagai *picture of mind* berupa perbuatan dan sebagainya

sebagai sebab mendapat nama baik.⁴⁶ Dowling mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat. Argenti dan Druckenmiller menyebut reputasi sebagai representasi kolektif dari citra yang dimiliki berbagai konstituen, istilah untuk menyebut orang-orang yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi maupun mereka yang dilayani organisasi, yang dibangun dari waktu ke waktu dan didasarkan pada program perusahaan, kinerja perusahaan, dan bagaimana para konstituen mempersepsikan perilaku mereka terhadap perusahaan.⁴⁷

Reputasi perusahaan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Indikator keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari reputasi dari perusahaan itu selama menjalankan bisnisnya. Menurut Afdal dalam jurnal Roy Marthin Tarigan reputasi adalah asset yang tidak nyata (*intangible asset*). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Symbol dari reputasi ialah nama perusahaan, jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat, bahkan sangat bernilai bagi konsumen.⁴⁸

⁴⁶ <https://kkbi.web.id/reputasi.html> dikunjungi pada 24 Januari 2019

⁴⁷ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, *Ibid.* h. 39.

⁴⁸ Roy Marthin Tarigan, "Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian", (Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara, 20014)

Reputasi pada bank syariah dapat menunjukkan seberapa jauh bank syariah dipercaya oleh masyarakat. Reputasi memegang peran yang penting dalam menjalin hubungan kemitraan antar bank syariah dengan nasabah. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah suatu perusahaan layak dijadikan mitra kerjasama.⁴⁹

2. Manfaat Reputasi Perusahaan

Reputasi yang baik akan meningkatkan kredibilitas perusahaan, membuat konsumen lebih percaya diri bahwa ia akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan kepada mereka bahwa mereka akan mendapatkan apa saja yang telah dijanjikan kepada mereka. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang konsumen dapatkan akan sesuai dengan ekspektasi yang mereka miliki. Menurut Ardianto dan Sumirat Perusahaan yang mempunyai reputasi positif lebih memungkinkan untuk menarik minat pelamar berkualitas tinggi, membangun pangsa pasar yang luas, menerapkan harga yang tinggi, dan lebih menarik minat investor.⁵⁰ Selain itu reputasi juga bisa berdampak pada:⁵¹

- 1) Keputusan pemegang saham untuk menahan sahamnya (*hold their shares*).
- 2) Keinginan *customer* untuk membeli produk dan jasa.
- 3) Keinginan *supplier* untuk membangun kemitraan.

⁴⁹ Siti Maria Wardayati, "Implikasi *Shariah Government* Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 19 No. 1 (Mei 2011), h. 9.

⁵⁰ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, *Op.Cit.* h. 40.

⁵¹ Jean Louisot Paul dan Jenny Reyner, "*Managing Risk to Reputation: From Theory to Practice*", tersedia di:
www.risk2reputation.com/files/managing_to_reputation_from_theory_to_practice.pdf (7 April 2019)

- 4) Keinginan pesaing untuk memasuki pasar.
- 5) *Media cocoverage* atau liputan media.
- 6) Tekanan dari LSM.
- 7) Control dan wewenang terhadap regulasi.
- 8) Biaya modal.
- 9) Rekrutmen terhadap individu yang berpotensi tinggi.
- 10) Motivasi bagi pekerja.
- 11) Kecendrungan *stakeholder* untuk memberikan “hibah” dukungan kepada perusahaan ketika terjadi darurat krisis.

3. Unsur-Unsur Reputasi

Bagi perusahaan reputasi merupakan asset yang paling utama dan tak ternilai harganya. Oleh karena itu segala upaya, daya dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat serta menumbuhkannya. Beberapa aspek yang merupakan unsur pembentuk reputasi perusahaan ialah sebagai berikut:⁵²

- 1) Kemampuan finansial
- 2) Mutu produk dan pelayanan
- 3) Focus pada pelanggan
- 4) Keunggulan dan kepekaan
- 5) *Realibility*
- 6) Inovasi
- 7) Tanggung jawab lingkungan

⁵² Fauzizah Nasyirotum Nisa dan Dian Kurniasari, “Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan”, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, Vol. 8 No. 2 (November 2017), h. 37.

8) Tanggung jawab sosial

9) Penegaaan *Good Corporate Goverment*

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Reputasi merupakan persepsi-persepsi yang timbul dibenak masyarakat terhadap suatu perusahaan. Reputasi dijadikan sebagai tolak ukur kebanyakan masyarakat untuk mengambil keputusan-keputusan tertentu seperti membeli atau menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Dalam penelitian terdahulu mengukur reputasi secara kualitatif dengan menggunakan kuisisioner atau wawancara, karena pendapat tersebut akan digunakan sebagai alat ukurnya secara kualitatif perusahaan dapat mengukur reputasi dengan mewawancarai responden baik dari *stakeholder* internal maupun *stakeholder* eksternal. Namun, mengukur reputasi menggunakan kuantitatif juga dapat dilakukan sebagai alternatif jika pengukuran secara kualitatif dirasa kurang efektif dan efisien untuk dilaksanakan seperti sebaran *stakeholder* yang tiak begitu luas. Dalam hal ini penelitian dapat menggunakan ukuran lain, yakni capaian perusahaan *based on market* , karena menurut Lousiot dan Rayner reputasi mampu membedakan proposi *market value* perusahaan secara signifikan.⁵³ Dalam penelitian ini mengukur reputasi dengan menggunakan market share dengan cara membagi jumlah dana pihak

⁵³ Jean Louisot Paul dan Jenny Reyner, “*Managing Risk to Reputation: From Theory to Practic*”, tersedia di: www.risk2reputation.com/files/managing_to_reputation_from_theory_to_practice.pdf (7 April 2019)

ketiga seluruh bank umum syariah dan unit usaha syariah yang terdaftar di OJK dengan jumlah dana pihak ketiga pada masing masing bank.

I. Bank Umum Syariah

1. Bank Umum Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁵⁴ Artinya bank syariah adalah lembaga *intermediary* yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

2. Karakteristik Bank Umum Syariah

Direktorat Perbankan Syariah BI menguraikan ada tujuh karakteristik utama yang menjadi prinsip Sistem Perbankan Syariah di Indonesia yang menjadi landasan pertimbangan bagi calon nasabah dan landasan kepercayaan bagi nasabah yang telah loyal. Ketujuh karakteristik ini adalah:⁵⁵

a) Universal

Memandang bahwa Bank Syariah berlaku untuk setiap orang tanpa memandang perbedaan kemampuan ekonomi maupun perbedaan agama.

3. ⁵⁴ Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. (Yohyakarta: UII Press, 2000) h.

⁵⁵ Zaim Saidi. *Tidak Islamnya Bank Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Adina, 2010) h. 34.

b) Adil

Memberikan sesuatu hanya kepada yang berhak menerima serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan dan melarang adanya unsur *maysir, gharar, haram, dan riba*.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*(Q.S Ali-Imran: 130)

c) Transparan

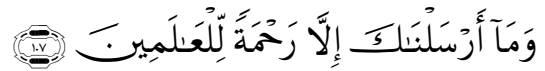
Dalam kegiatannya bank syariah sangat terbuka bagi seluruh lapisan masyarakat.

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْبَىٰ اسْتَعْجِرُهُ إِنِّ خَيْرٌ مِّنْ اسْتَعْجَرْتَ الْقَوِيُّ
الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

Artinya: *Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena Sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja pada kita ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya".*(Q.S Al-Qhasah: 26)

d) Maslahat

Bermanfaat dan membawa kebaikan bagi seluruh aspek kehidupan.



Artinya: *dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.*

e) Seimbang

Mengembangkan sektor keuangan melalui akitfitas perbankan syariah yang mencakup pengembangan sektor riil dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

f) Variatif

Produk bervariasi mulai dari tabungan haji dan umrah, tabungan umum, giro, deposito, pembiayaan yang berbasis bagi hasil, jual-beli dan sewa, sampai kepada produk jasa kustodian, jasa transfer, dan jasa pembayaran (*debet card, syariah charge*).

g) Fasilitas

Penerimaan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, wakaf, dana kebajikan (*qard*), memiliki fasilitas ATM, *mobile banking, internet banking* dan interkoneksi antarbank syariah.

3. Jenis-jenis Bank Umum Syariah

Dilihat dari fungsinya, Bank Umum Syariah dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

a. **Bank sentral**

Di Indonesia bank sentral di jalankan oleh Bank Indonesia, bank Indonesia lembaga negara yang independen dalam melaksanakan

tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan pemerintah dan atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang ini. Menurut UU Pokok Perbankan nomor 14 Tahun 1967 jenis perbankan menurut fungsinya terdiri atas: Bank Umum, Bank Pembangunan, Bank Tabungan, Bank Pasar, Bank Desa, Lumbung Desa, atau Bank Pegawai.⁵⁶ Namun setelah keluar UU Pokok Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dan ditegaskan lagi dengan keluarnya UU RI nomor 10 tahun 1998, jenis perbankan menjadi Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR)⁵⁷

b. Bank Umum

Pengertian bank umum menurut Peraturan Bank Indonesia No. 9/7/PBI/2007 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jasa yang diberikan oleh bank umum bersifat umum, artinya dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Bank umum sering disebut bank komersial (*commercial bank*).⁵⁸

c. Bank Perkreditan Rakyat

Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas

⁵⁶ Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 Tentang Perbankan

⁵⁷ Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

⁵⁸ Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/7/PBI/2007 Tentang Bank Pengertian Bank Umum

pembayaran.⁵⁹ Artinya, kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan Bank Umum. Dengan demikian, di Indonesia terdapat tiga macam bank yaitu bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat

J. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility* perbankan telah banyak diteliti. Penelitian-penelitian tersebut meneliti dari berbagai aspek. Berikut pemaparan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya:

1. **Apip Zanariyatim et.al**, dengan judul Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Umum Syariah Berdasarkan *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR). Penelitian ini menghasilkan bahwa ISR sejalan dengan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh bank mengenai CSR.⁶⁰
2. **Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani** dengan judul *Islamic Corporate Social Responsibility Disclourse, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan*. Hasil pengujian membuktikan bahwa aktivitas pengungkapan ICSR dalam laporan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan dan ROE, sementara itu pengungkapan ICSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA.⁶¹

⁵⁹ Undang-undang Nomor Tahun 1992 Tentang Perbankan.

⁶⁰ Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Bank Umum Syariah Berdasarkan Islamic Social Reporting Index (Indeks ISR)", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Vol. 4 No. 1 (2016).

⁶¹ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, *Islamic Corporate Social Responsibility Disclourse, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan*, (Jurnal: Akutansi dan Auditing Indonesia, 2016).

3. **Trisnawati, R.** dengan judul *Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia*. Hasil analisis menunjukkan bahwa konvergensi indek GRI dan indek ISR harus dilakukan untuk indikator-indikator seperti tenaga kerja, pemerintah, ekonomi dan tanggung jawab terhadap produk dan jasa. Pengukuran CSR yang baru menghasilkan 90 item pengukuran dengan 10 indikator. Diharapkan hasil ini memberikan kontribusi signifikan pada pengungkapan CSR khususnya untuk industri perbankan di Indonesia.⁶²
4. **Djunaedi** dengan judul *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR Bank BNI Syariah di kota Kediri berpengaruh terhadap citra Bank seperti terlihat bahwa kredibilitas Bank Syariah khususnya Bank BNI Syariah saat ini sudah diakui, dan hal ini dapat dilihat dari banyaknya minat masyarakat untuk menabung di Bank BNI Syariah.⁶³
5. **Dian Rhesa Rahmayanti** dengan judul *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. Hasil penelitian ini pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. KAI (Persero) DAOP 6 Yogyakarta bervariasi dan responsive terutama untuk menanggapi kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

⁶² Trisnawati, R. *Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia*. (Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia, 2012).

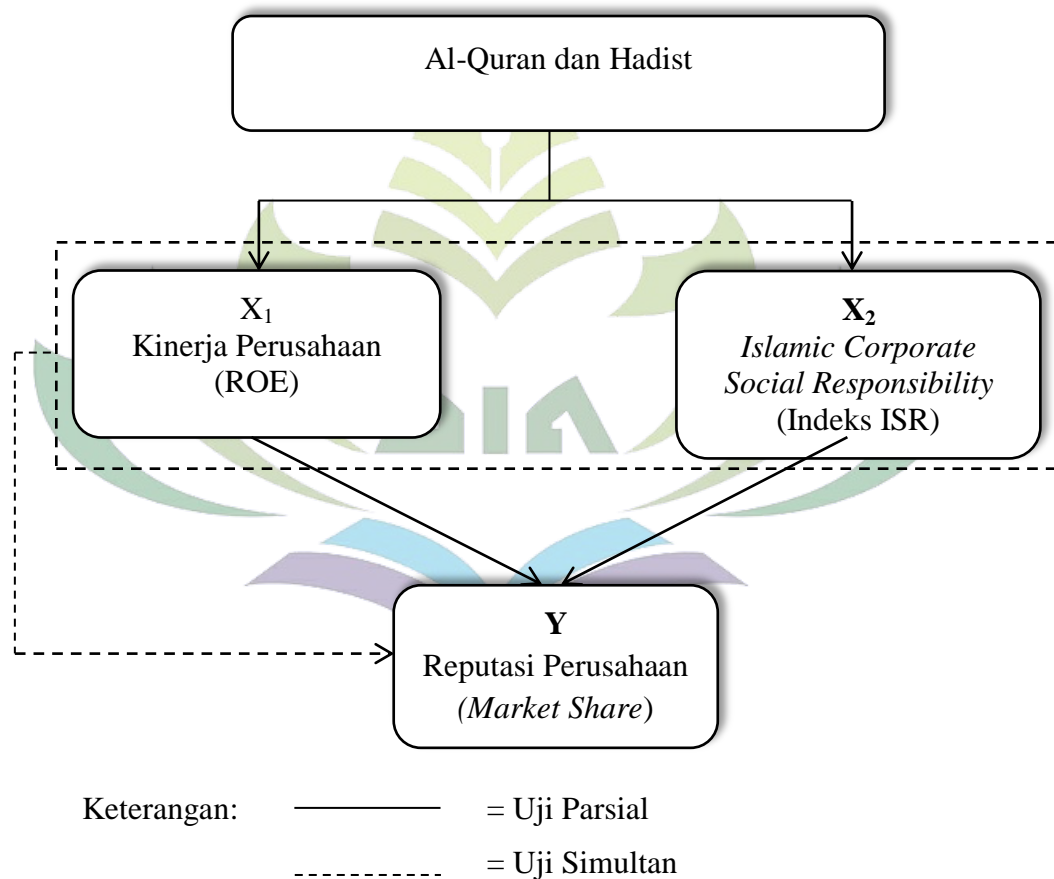
⁶³ Djunaedi, *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri*, (Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen)

Namun, pelaksanaan program ini masih berada dalam ranah amal dan pelayanan, bukan perwujudan dari investasi sosial.⁶⁴

K. Kerangka Berfikir

Penelitian ini menguji pengaruh variabel-variabel independen, sehingga Berikut ini merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

Gambar.2.1
Kerangka Berfikir



⁶⁴ Dian Rhesa Rahmayanti, *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. (Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11 No. 1 (Juni 2014)).

L. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.⁶⁵ Kebenaran hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berikut ini merupakan hipotesis dalam penelitian ini:

1. Kinerja Perusahaan terhadap Reputasi Perusahaan

Teori *stakeholder* mengemukakan bahwa ketika perusahaan bertemu dengan berbagai macam harapan para *stakeholder* mereka akan lebih mampu menciptakan kinerja perusahaan yang luar biasa.⁶⁶ Salah satu pengukur kinerja perusahaan adalah *Return On Equity* (ROE), ROE adalah tingkat pengembalian modal yang akan diterima oleh *stakeholder* pula (pemilik modal dan investor). Umumnya ROE digunakan para investor dalam pengambilan keputusan investasi. Sesuai dengan POJK NO. 8/POJK.03/2014 pasal 3 ROE dijadikan sebagai salah satu indikator profitabilitas, dengan demikian maka dapat diasumsikan bahwa kinerja perusahaan yang baik erat kaitannya dengan penilaian keberhasilan suatu profit sebuah perusahaan, karena profit salah satu indikator dalam penilaian kinerja perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sigit Hermawan dan Afiyah Nurul Maf'ulah dalam penelitiannya yang mengukur nilai perusahaan dengan ROA menghasilkan bahwa ROA tidak berpengaruh

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 99.

⁶⁶ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, "Islamic Corporate Social Responsibility Disclourse, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan". *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1 (Juni 2016), h. 40.

signifikan terhadap nilai perusahaan⁶⁷, maka dalam penelitian ini ingin menilai apakah dengan ROE dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Karena asumsi peneliti semakin baik kinerja perusahaan yang dalam penelitian ini menggunakan nilai ROE maka akan semakin baik pula reputasi perusahaan tersebut.

Dengan melihat penelitian terdahulu dan dengan asumsi penulis maka penulis dalam penelitian ini akan meneliti adakah pengaruh kinerja perusahaan terhadap reputasi perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha1: Kinerja Perusahaan berpengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan.

2. *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan

Suatu perusahaan yang baik ialah perusahaan yang tidak hanya berorientasi kepada profit semata melainkan perusahaan yang ikut andil dalam pengungkapan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dimana perusahaan tersebut berdiri, seperti halnya pengungkapan ICSR yang baik, dengan pengelolaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat sesuai dengan teori legitimasi akan menjadikan suatu perusahaan tersebut mendapatkan reputasi yang baik.

Menurut Anak Agung G. Putu Widanaputra, *et.al.*, dalam penelitiannya yang berjudul Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak, Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

⁶⁷ Sigit Hermawan dan Afiyah Nurul Maf'ulah, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan iCorporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi", *Jurnal Dinamika Akutansi*, Vol. 2 No. 2 (September 2014), h. 103.

menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, semakin tinggi indeks pengungkapan CSR menyebabkan reputasi perusahaan semakin meningkat.⁶⁸ Sesuai dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini penulis berasumsi bahwa suatu perusahaan dengan pengungkapan ICSR yang baik tidak hanya akan berpengaruh terhadap profit semata melainkan akan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan tersebut. Sehingga dalam penelitian ini penulis ingin meneliti adakah pengaruh ICSR terhadap reputasi perusahaan dengan hipotesis sesuai dengan teori dan penjelasan diatas maka, hipotesis dalam penelitian ini ialah:

Ha2: *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Reputasi perusahaan.

⁶⁸ Anak Agung G. Putu Widana Putra, I Gede Dirga S. dan Ni Made Dwi Ratnadi, "Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak, Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*", *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13. No. 2 (Juni 2018), h.75.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data tujuan, dan kegunaan.⁶⁹ Maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah tata cara yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi terhadap data yang telah didapatkan tersebut.

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, yaitu penelitian yang menggunakan populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitiannya. Oleh sebab penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan dalam penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate sosial responsibility* sebagai variabel independen terhadap reputasi bank sebagai variabel dependen.

B. Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan kepada

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 3

pengumpul data.⁷⁰ Data sekunder diperoleh oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam bentuk yang sudah berupa publikasi. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui laporan tahunan yang di publikasikan oleh bank syariah periode 2014-2017 yang dijadikan studi penelitian.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷¹ Populasi dalam penelitian ini adalah bank syariah yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Pada Periode 2014-2017.

Table 3.1
Daftar Populasi Penelitian

No	Bank Umum Syariah	Data
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	www.bankmuamalat.co.id
2	PT. Bank BRI Syariah	www.brisyariah.co.id
3	PT. Bank BNI Syariah	www.bnisyariah.co.id
4	PT. Bank Syariah Mandiri	www.syariahmandiri.co.id
5	PT. Bank Victoria Mandiri	www.bankvictoriasyariah.co.id
6	PT. Bank Mega Syariah	www.megasyariah.co.id
7	PT. Bank Panin Syariah	www.paninbanksyariah.co.id
8	PT. Bank Syariah Mandiri	www.syariahmandiri.co.id
9	PT. Bank BCA Syariah	www.bcasyariah.co.id
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah	www.bjbsyariah.co.id
11	PT. Bank Aceh Syariah	www.bankaceh.co.id
12	PT. May Bank Syariah	www.maybanksyariah.co.id
13	PT. BTPN Syariah	www.btpnsyariah.co.id

⁷⁰ *Ibid.*

⁷¹ *Ibid*, h. 119

(Sumber: OJK, data diolah, 2019)

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁷² Sampel dalam penelitian ini merupakan bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2014 s.d 2017. Metode pemilihan sampel menggunakan *non-probability sampling*, dengan menggunakan teknik pertimbangan (*judgment sampling*). Pemilihan sampel dalam penelitian ini mempertimbangkan kriteria sebagai berikut:

- 1) Sampel merupakan bank umum syariah yang terdaftar di OJK dalam periode 2014-2017.
- 2) Bank tersebut aktif menerbitkan dan mempublikasikan laporan tahunan selama periode 2014-2017.
- 3) Sampel merupakan bank umum syariah yang mengungkapkan ataupun tidak mengungkapkan ICSR.
- 4) Adanya akses untuk memperoleh data laporan tahunan perusahaan yang bersangkutan.

⁷² *Ibid*, h. 120.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka peneliti mendapatkan sampel yang berjumlah 10 bank umum syariah, terdapat tiga bank umum syariah yang tidak sesuai dengan kriteria penulis yaitu, PT Bank Aceh baru terdaftar sebagai bank umum syariah pada tahun 2016 dan PT BTPN Syariah baru terdaftar sebagai bank umum syariah pada tahun 2014.

Tabel 3.2
Daftar Sampel Penelitian

No	Bank Umum Syariah	Data
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	<i>Annual Report</i>
2	PT. Bank BRI Syariah	<i>Annual Report</i>
3	PT. Bank BNI Syariah	<i>Annual Report</i>
4	PT. Bank Syariah Mandiri	<i>Annual Report</i>
5	PT. Bank Victoria Mandiri	<i>Annual Report</i>
6	PT. Bank Mega Syariah	<i>Annual Report</i>
7	PT. Bank Panin Syariah	<i>Annual Report</i>
8	PT. Bank Syariah Bukopin	<i>Annual Report</i>
9	PT. Bank BCA Syariah	<i>Annual Report</i>
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah	<i>Annual Report</i>
11	PT. Bank Maybank Syariah Indonesia	<i>Annual Report</i>

(Sumber: OJK, data diolah, 2019)

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik pengumpulan tidak langsung pada subyek penelitian, melainkan menggunakan dokumentasi berupa buku harian, penelitian terdahulu Koran dan referensi lainnya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan tahunan bank syariah di Indonesia periode 2014-2017.

E. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini kinerja perusahaan digunakan sebagai variabel independen pertama. Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan salah satu indikator kinerja perbankan yakni Profitabilitas. Indikator profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *return on equity* (ROE). ROE merupakan tingkat pengembalian modal yang akan diterima oleh pemilik modal dan investor, umumnya ROE digunakan para investor dalam pengambilan keputusan investasi. ROE diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba sebelum pajak (t)}}{\text{Total ekuitas (t - 1)}}$$

ICSR digunakan sebagai variabel independen kedua. ICSR diperoleh dengan menganalisis konten laporan tahunan setiap perusahaan. Jumlah item total pengungkapan dalam ICSR Sesuai Dengan Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah 40 item. Item yang diungkapkan oleh perusahaan diberi nilai 1, dan yang tidak diungkapkan diberi nilai 0. Nilai total item yang diungkapkan kemudian dibagi dengan (jumlah total item) dan akan mendapat angka

rasio. Oleh karena itu data ICSR berupa rasio, maka nilai ICSR akan berkisar dari 0 sampai 1.

Berikut merupakan rumus menghitung nilai ICSR:

$$ICSR = \frac{\text{Item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah total item pengungkapan}}$$

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Reputasi. Reputasi diukur menggunakan *market share* Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dikelola oleh bank syariah. Penggunaan DPK sebagai proksi pengukuran reputasi karena DPK mempresentasikan tingkat kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya di antara berbagai pilihan bank syariah yang ada. DPK setiap bank dibagi total DPK yang dikelola oleh seluruh bank syariah kemudian didapat rasio. Setelah didapat rasio DPK masing-masing bank, selanjutnya rasio tersebut dibandingkan dengan rata-rata DPK seluruh Bank Syariah Reputasi diukur dengan cara sebagai berikut:

$$REP (market share) = \frac{\text{Dana Pihak Ketiga Bank}}{\text{Total Dana Pihak Ketiga di Pasar}}$$

Tabel 3.3
Daftar Variabel, Indikator Variabel dan Skala Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen (X₁) Kinerja Perusahaan	a. Kinerja perusahaan diukur dengan melihat ROE perusahaan.	Rasio
Variabel Independen (X₂) <i>Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)</i>	a. Jumlah item total pengungkapan berdasarkan ISR adalah 40 item b. Item yang diungkapkan oleh bank Syariah diberi nilai 1 dan yang tidak diungkapkan diberi nilai 0 c. $ICSR = \frac{\text{item yang diungkapkan}}{\text{jumlah total item yang diungkapkan oleh ISR}}$	Rasio
Variabel Dependen (Y) Reputasi Perusahaan	a. $\text{Reputasi} = \frac{\text{Dana pihak ketiga}}{\text{Total dana pihak ketiga di pasar}}$	Rasio

Sumber: (data diolah, 2019)

F. Metode Analisis Data

a. Data Panel

Data panel adalah data yang terdiri atas beberapa variabel seperti pada data seleksi silang, namun juga memiliki unsur waktu seperti pada data runtut waktu.⁷³ Dengan kata lain data panel adalah gabungan data *croos section* dan *time series*. Regresi dengan menggunakan data panel disebut model regresi data panel.⁷⁴

⁷³ Wing Wahyu Winarno, *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Eviews*, Cetakan ke-5 (Jogyakarta: STIM YKPN, 2017), h. 102.

⁷⁴ Agus Widarjono, *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya disertai Panduan Eviews* (Jogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), h. 353.

Jika setiap unit *cross section* mempunyai data *time series* yang sama modelnya disebut model regresi panel data seimbang (*balance panel*) sedangkan jika jumlah observasi *time series* dari unit *cross section* tidak sama maka disebut regresi panel data tidak seimbang (*unbalance panel*).⁷⁵

Keuntungan menggunakan analisi data panel antara lain:⁷⁶

- 1) Memberikan jumlah pengamatan yang besar pada penelitian, meningkatkan *degree of freedom* (derajat kebebasan), data memiliki variabelitas yang besar, mengurangi kolinearitas antar variabel penjelas.
- 2) Dapat memberikan informasi lebih banyak yang tidak dapat diberikan jika hanya menggunakan data *time series* atau *cross section* saja.
- 3) Panel dapat memberikan penyelesaian yang lebih baik dalam inferensi perubahan dinamis jika dibandingkan dengan *cross section*.

Dalam model data panel, persamaan model dengan menggunakan data *cross section* dapat ditulis dengan:

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_i + \mu_i; i = 1, 2, \dots, N$$

Di mana N adalah banyaknya data *cross section*, sedangkan persamaan model dengan *time series* adalah:

⁷⁵ *Ibid*, h. 354.

⁷⁶ *Ibid*. h. 357.

$$Y_t = \alpha + \beta_1 X_t + \mu_i; t = 1, 2, \dots, T$$

Dimana T adalah banyak data *time series*.

Mengingat data panel merupakan gabungan dari *time series* dan *cross section*, maka model ditulis dengan:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + \mu_{it}$$

$i = 1, 2, \dots, N : t = 1, 2, \dots, T$

Dimana:

N = banyaknya observasi

T = banyaknya waktu

N x T = banyaknya data panel

Model untuk mengestimasi model regresi dengan data panel yaitu pendekatan *Common effect*, *Fixed Effect*, dan *Random Effect*. Dalam menentukan model regresi panel mana yang tepat untuk digunakan maka dilakukan uji *chow-test* dan uji *hausman*. Uji *chow-test* digunakan untuk menentukan pendekatan *common effect* atau pendekatan *fixed effect*. Dalam pengujian ini dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 = \text{common effect}$

$H_a = \text{fixed effect}$

Dasar penolakan terhadap hipotesis diatas adalah dengan membandingkan perhitungan *cross-section chi-square* dengan α , apabila *cross-section chi-square* lebih besar dari pada α maka H_0 diterima dan apabila *cross-section chi-square* lebih kecil dari pada α maka H_a diterima.

Sedangkan uji *hausman* digunakan untuk menentukan antara pendekatan *fixed effect* atau pendekatan *random effect*. Dalam pengujian ini dilakukan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 = \text{random effect}$

$H_a = \text{fixed effect}$

Dasar penolakan terhadap hipotesis diatas adalah dengan membandingkan perhitungan nilai signifikan dengan α , apabila nilai signifikan lebih besar dari pada α maka H_0 diterima dan apabila nilai signifikan lebih kecil dari pada α maka H_a diterima.

Dalam penelitian ini estimasi yang digunakan ialah *Fixed Effect*. Teknik model *fixed effect* adalah teknik mengestimasi data panel dengan menggunakan dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Pengertian *fixed effect* ini didasarkan adanya perbedaan intersep antara perusahaan namun intersepnya sama antarwaktu (*time invariant*). Disamping itu, model ini juga mengasumsikan bahwa koefisien regresi (slope) tetap antarperusahaan dan antarwaktu.⁷⁷

⁷⁷ *Ibid*, h. 356.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui ketetapan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi, perlu dilihat sampai seberapa jauh model yang terbentuk mampu menerangkan kondisi yang sebenarnya. Dalam analisis regresi dikenal suatu ukuran yang dipergunakan untuk keperluan tersebut, dikenal dengan nama Koefisien Determinasi (R^2). Selain itu koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X). Uji Koefisien determinasi dimana nilai yang mendekati angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁷⁸ Namun model koefisien determinasi memiliki kelemahan yakni bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.⁷⁹ Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan nilai dari *Adjusted* R^2 mengevaluasi mana model regresi terbaik.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji Parsial Variabel (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan

⁷⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Cetakan Ke-Tujuh, 2013), h. 97.

⁷⁹ *Ibid.*

variasi variabel dependen.⁸⁰ Uji dapat dilaksanakan dengan langkah membandingkan signifikan dengan derajat keabsahan 5% atau sebesar 0,05.

- a) Jika $\alpha > \text{signifikan}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap dependen.
- b) Jika $\alpha < \text{signifikan}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikan yang dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ (5%). Pengambilan kesimpulan pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dari hasil uji t pada variabel independen dengan kriteria sebagai berikut:⁸¹

- a) Jika nilai signifikan $> \alpha$ maka H_0 diterima
- b) Jika nilai signifikan $< \alpha$ maka H_a diterima

2) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama secara simultan mempengaruhi variabel dependen.⁸² Dalam menguji variabel

⁸⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 98.

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS23*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, Cetakan Ke VIII, 2016), h. 96.

⁸² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS23*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, Cetakan ke VII, 2016), h. 9

independen terhadap variabel dependen pada uji f yang dapat dilakukan dengan cara menggunakan perbandingan antara nilai signifikan dengan nilai $\alpha = 0,05$. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikan dan nilai $\alpha = 5\%$ dengan ketentuan sebagai berikut

- a) Jika nilai signifikan $> \alpha$ maka H_0 diterima
- b) Jika nilai signifikan $< \alpha$ maka H_1 diterima



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui jumlah data yang digunakan dalam penelitian serta menunjukkan nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata (mean), dan nilai standar deviasi. Berdasarkan analisis statistik deskriptif diperoleh gambaran sebagai berikut:

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif

	REPUTASI	ROE	ICSR
Mean	6,418409	-3,824091	0,716068
Median	2,080000	2,840000	0,719000
Maksimum	27,45000	11,97000	0,872000
Minimum	0,160000	-94,01000	0,537000
Std. Dev.	8,106506	20,48744	0,089638
N	44	44	44

Sumber: Eviews 08 (data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 4.1 uji deskriptif diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 44. Reputasi perusahaan sebagai variabel dependen memiliki rata rata (mean) sebesar 6,418409% dengan nilai median sebesar 2,080000% dan nilai standar deviasi sebesar 8,106506%, nilai minimum variabel reputasi sebesar 0,160000% pada bank Maybank Syariah tahun 2017 dan nilai maksimum sebesar 27,45000% pada Bank Syariah Mandiri pada tahun 2014.

Pada tabel 4.1 uji deskriptif diketahui bahwa variabel ROE memiliki nilai minimum sebesar -94,01000% pada bank BJBS tahun

2016 dan nilai maksimum ROE sebesar 11.97000% pada bank BNIS tahun 2016. Nilai ROE memiliki rata rata (mean) sebesar -3,824091% dengan nilai standar deviasi sebesar 20,48744% nilai standar deviasi menunjukan nilai yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan nilai mean, hal ini menunjukan bahwa simpangan data pada variabel ROE terlalu besar, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variasi antara nilai minimum dan maksimum pada periode pengamatan relative tinggi, sehingga dapat dikatakan kurang baik, karena ada kesenjangan yang relatif besar antara nilai maksimum dan minimum pada variabel ROE.

Pada tabel 4.1 uji deskriptif diketahui bahwa variabel ICSR memiliki nilai minimum sebesar 0,537000 pada bank BVS tahun 2015 dan nilai maksimum ICSR sebesar 0,872000 pada bank BMI tahun 2017. Nilai ICSR memiliki rata rata (mean) sebesar 0,716068 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,089638 nilai standar deviasi menunjukan nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai mean, hal ini menunjukan bahwa simpangan data pada variabel ICSR tidak terlalu besar, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variasi antara nilai minimum dan maksimum pada periode pengamatan relative rendah, sehingga dapat dikatakan baik, karena tidak ada kesenjangan yang relative besar antara nilai maksimum dan minimum pada variabel ROE.

2. Data Panel

a. Pemilihan Teknik Estimasi Regresi Data Panel

1) Uji Chow

Uji *Chow* merupakan uji untuk membandingkan model *common effect* dengan *fixed effect*. *Chow test* dalam penelitian ini menggunakan program *Eviews*. Uji *Chow* dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model*

H_a : *Fixed Effect Model*

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila probabilitas *cross-section chi-square* < dari 0,05 maka H_0 untuk model ini ditolak dan H_a diterima. Sehingga model yang tepat adalah *Fixed Effect*, dan dilanjutkan uji *Hausman* untuk memilih apakah menggunakan *Fixed Effect* atau *Random Effect*.
- b) Apabila nilai signifikansi *cross-section chi-square* > dari 0,05, maka H_0 untuk model ini diterima dan H_a ditolak. Sehingga model yang tepat digunakan adalah *Common Effect*.

Berikut hasil dari uji *chow*:

Tabel 4.2
Uji Chow

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	d.f	Prob.
<i>Cross-section F</i>	65,724348	(10,31)	0,0000
<i>Cross-section Chi-square</i>	136,406840	10	0,0000

Sumber: Eviews 08 (data diolah, 2019)

Berdasarkan hasil uji *Chow test* dengan menggunakan program *Eviews*, pada tabel 4.2 didapat probabilitas *cross-section* F sebesar 0,0000 dan signifikan *cross-section chi-square* sebesar 0,0000. Nilai *cross-section chi-square* lebih kecil dari pada nilai signifikan $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model H_0 untuk model ini ditolak dan H_a diterima, dengan hasil tersebut maka estimasi yang lebih baik digunakan dalam penelitian ini adalah *fixed effect*.

2) Uji Hausmant

Uji *Hausmant* ialah pengujian yang membandingkan model *fixed effect* dengan *random effect* dalam menentukan model yang terbaik untuk digunakan sebagai model regresi data panel. Uji *Hausman* menggunakan program *Eviews*, sama halnya dengan *Chow test*. Uji *Hausman* dilakukan dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Random Effect Model*

H_a : *Fixed Effect Model*

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Apabila probabilitas *Cross-section random* < dari 0,05 maka H_0 untuk model ini ditolak dan H_a diterima. Sehingga model yang tepat adalah *Fixed Effect*.

- b) Apabila nilai probabilitas *Cross-section random* > dari 0,05, maka H_0 untuk model ini diterima dan H_a ditolak. Sehingga model yang tepat digunakan adalah *Random Effect*.

Berikut hasil dari uji *Hausman*:

Tabel 4.3
Uji *Hausman*

<i>Test Summary</i>	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
<i>Cross-section random</i>	8,274972	2	0,0160

Sumber: Eviews 08 (data diolah, 2019)

Berdasarkan tabel 4.3 uji *Hausman test* dengan menggunakan Eviews, didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,0160. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas $\alpha = 0,05$ maka H_a untuk model ini diterima dan H_0 ditolak, sehingga estimasi yang lebih baik digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect*.

B. Analisis Data

1. Analisis Model Regresi Panel

Model regresi panel merupakan pengujian model regresi yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Dalam penelitian ini analisis regresi berganda bertujuan untuk melihat pengaruh antara ROE dan ICSR terhadap reputasi perusahaan. Adapun hasil yang ditunjukkan dari uji regresi data panel dengan model *fixed effect* pada variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Hasil Estimasi Regresi Data Panel Dengan *Fixed Effect*

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistic	Signifikan
C	-4,206196	4.197976	-1.001958	0,3241
X1 ROE	0,008794	0,012526	0,702610	0,4875
X2 ICSR	14,88438	5,871728	2,534924	0,0165
Adjusted R-squared = 0,972568				
Prob(F-statistic) = 0,000000				

Sumber: Eviews 08 (data diolah, 2019)

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa hasil persamaan regresi panel yang dilakukan terhadap variabel-variabel penelitian ini maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = -4,206196 + 0,008794X_1 + 14,88438X_2$$

Keterangan:

Y : Reputasi Perusahaan

X1 : Kinerja Perusahaan (ROE)

X2 : *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)

α : Konstanta atau Intersep (-4,206196)

β_1 : Koefisien atau Slope (0,008794)

β_2 : Koefisien atau Slope (14,88438)

Persamaan regresi di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,3241 hal tersebut menyatakan bahwa jika variabel X1 (*Return On Equity*) dan X2 (*Islamic Corporate Social Responsibility*) adalah nol, maka besarnya Reputasi Perusahaan sebesar -4,206196.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa nilai koefisiens regresi ROE bernilai positif yaitu sebesar 0,008794 artinya setiap peningkatan 1 %

ROE diprediksi akan menaikkan Reputasi Perusahaan sebesar 0,008794 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Koefisien regresi ICSR bernilai positif sebesar 14,88438 hal ini menyatakan bahwa setiap peningkatan sebesar 1% ICSR akan menaikkan Reputasi Perusahaan sebesar 14,88438 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

2. Uji Koefisiensi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) pada dasarnya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi dari variabel independen. Nilai koefisiensi determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati angka satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁸³

Namun model koefisien determinasi memiliki kelemahan yakni bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.⁸⁴ Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan nilai dari *Adjusted R2* mengevaluasi mana model regresi terbaik. Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi atau *Adjusted R²* pada tabel 4.7 diperoleh nilai sebesar 0,972568 atau 97,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa 97,25% variasi reputasi dapat dijelaskan oleh ROE dan ICSR.

⁸³ Imam Ghazali, *Ibid.*, h.97.

⁸⁴ *Ibid.*

Sedangkan sisanya ($100\% - 97,25\% = 2,75\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial Variabel (Uji t)

Pengujian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.⁸⁵

Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang dalam penelitian ini adalah ROE dan ICSR.

Dalam menguji variabel independen terhadap variabel dependen pada uji f yang dapat dilakukan dengan cara menggunakan perbandingan antara nilai probabilitas dengan nilai $\alpha = 0,05$ (5%) jika nilai probabilitas lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat dikatakan bahwa terdapat berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Hipotesis:

- 1) Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Reputasi Perusahaan

$H_{01} : \beta \geq 0,05$ artinya ROE tidak berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan

$H_{a1} : \beta \leq 0,05$ artinya ROE berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan

⁸⁵ *Ibid.*

2) Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) terhadap Reputasi Perusahaan

$H_{01} : \beta \geq 0,05$ artinya ICSR tidak berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan

$H_{a1} : \beta \leq 0,05$ artinya ICSR berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan

Berikut adalah hasil pengujian signifikansi t yang diperoleh dari model ini adalah:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Variabel	Prediksi	Koefisien	Signifikan	Kesimpulan
C		-4,206196	0,3241	
X1 ROE	Positif	0,008794	0,4875	Ditolak
X2 ICSR	Positif	14,88438	0,0165	Diterima

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)

1) ROE

Hasil uji t pada tabel 4.5 variabel ROE terhadap reputasi menunjukkan bahwa *Return On Equity* tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, hal ini dikarenakan nilai probabilitas 0,4875 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (5%). Nilai koefisiensi regresi ROE bernilai positif yaitu 0,008794, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H_{a1} dari variabel ROE yang semestinya bahwa ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi ditolak.

2) ICSR

Hasil uji t pada tabel 4.5 variabel ICSR terhadap reputasi menunjukkan bahwa *Islamic Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, hal ini dikarenakan nilai probabilitas 0,0165 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (5%). Nilai koefisiensi regresi ICSR bernilai positif yaitu 14,88438, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis Ha2 dari variabel ICSR yang semestinya bahwa ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi diterima.

b. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama secara simultan mempengaruhi variabel dependen.⁸⁶ Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat probabilitas *p-value*. Apabila probabilitas *p-value* $< \alpha$ 0,05 maka H_0 ditolak artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika *p-value* $> \alpha$ 0,05 maka H_0 diterima artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut:

$H_{01} : \beta \geq 0,05$ artinya ROE dan ICSR tidak berpengaruh secara simultan terhadap Reputasi Perusahaan

$H_{a1} : \beta \leq 0,05$ artinya ROE dan ICSR berpengaruh secara simultan terhadap Reputasi Perusahaan

⁸⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS23*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, Cetakan ke VII, 2016), h. 9

Hasil Uji F dilakukan pada ROE dan ICSR terhadap reputasi, didapatkan nilai Prob (F-Statistic) adalah 0,000000. Itu artinya nilai F lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi reputasi perusahaan, atau dengan kata lain ROE dan ICSR secara bersama-sama berpengaruh terhadap reputasi.

C. Hasil Analisis

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa dari kedua variabel diperoleh F-statistik sebesar $0,00000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan kinerja perusahaan (ROE) dan ICSR terhadap reputasi perusahaan dengan. Sementara koefisien determinasi *Adjusted R²* diperoleh nilai sebesar 0,989223 atau 98,92% yang berarti nilai 98,92% variasi reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ROE dan ICSR. sedangkan sisanya sebesar 1,08% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model. Adapun pembahasan mengenai pengaruh variabel kinerja perusahaan (ROE) dan ICSR berdasarkan hasil uji parsial akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Reputasi Perusahaan

Pada penelitian ini kinerja perusahaan di ukur dengan menggunakan proksi pengukuran *return on equity* (ROE). ROE ialah rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen lembaga keuangan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. ROE memeberikan gambaran mengenai tiga hal pokok yaitu; kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (*profitability*), efisiensi perusahaan dalam mengelola *asset* (*asset*

management) dan utang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*). Apabila *Return On Equity* semakin besar maka semakin efisiensi penggunaan modal perusahaan, sehingga dengan modal yang sama dapat memperoleh laba yang lebih besar dan begitupun sebaliknya.⁸⁷

Pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa hasil uji parsial antara *Return On Equity* bank umum syariah yang terdaftar di OJK tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai probabilitas $\alpha > 0,05$ yaitu 0,4875, sedangkan koefisiensi regresi bernilai positif yakni sebesar 0,008794.

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sigit Hermawan dan Afiyah Nurul Ma'ulah dalam penelitiannya yang mengukur nilai perusahaan, namun dalam penelitiannya nilai perusahaan di ukur dengan menggunakan *return on asset* (ROA), pada penelitian ini menghasilkan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai probabilitas sebesar 0,08.

Return on Equity (ROE) biasanya merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi sehingga dengan ROE yang baik maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya, dan hal ini akan menaikkan nilai reputasi perusahaan di kalangan para investor. Sedangkan dalam penelitian ini

⁸⁷ Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, *Ibid.* h. 41.

reputasi di ukur dengan menggunakan proksi market share dana pihak ketiga (DPK) yang menggambarkan kemampuan perusahaan meraih kepercayaan masyarakat agar mereka mau menempatkan dananya pada bank. Semakin tinggi ROE mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan dana investor secara efektif. Sehingga ROE tidak dijadikan sebagai ukuran yang kasar bagi nasabah yang ingin menempatkan dananya di bank.

2. Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan

Penelitian yang menguji pengaruh zakat terhadap kinerja perusahaan telah dilakukan oleh Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani, dengan hasil ICSR berpengaruh signifikan terhadap, penelitian tersebut dilakukan pada 11 bank syariah di Indonesia periode 2011-2013 dengan proksi pengukuran menggunakan Global Reporting Index dengan total 35 pengungkapan. Sedangkan dalam penelitian ini reputasi di ukur dengan menggunakan proksi market share dana pihak ketiga (DPK) yang menggambarkan kemampuan perusahaan meraih kepercayaan masyarakat agar mereka mau menempatkan dananya pada bank.

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa ICSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas variabel ICSR lebih kecil dari $\alpha > 0,05$ yaitu 0,0165, sedangkan koefisiensi regresi bernilai positif yakni sebesar 14,88438. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Jhon Arifin dan Eke Ayu Wardani. Oleh karena itu, penelitian ini menerima hipotesis Ha2 bahwa; ICSR berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini dalam menguji apakah ICSR berpengaruh terhadap reputasi perusahaan sejalan dengan teori yang ada. Bila dikaitkan dengan *Legitimacy Theory*, perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Pengungkapan ICSR merupakan bentuk keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat, dengan memperhatikan masyarakat dan menjalankan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat akan membentuk kepercayaan masyarakat bahwa keberadaan perusahaan juga menguntungkan baginya.

Bila dikaitkan dengan *stakeholder theory* ICSR merupakan tidak hanya bentuk tanggung jawab perusahaan masyarakat melainkan bentuk tanggung jawab terhadap stakeholder yang memiliki hubungan dengan perusahaan. *Stakeholder* merupakan hal yang sangat penting keberadaanya bagi perusahaan, perusahaan yang baik tidak hanya menghasilkan profit yang besar namun juga dapat mensejahterakan pihak-pihak yang terlibat dan memiliki hubungan dengan perusahaan yakni para *stakeholder*, salah satunya dengan memenuhi kewajiban dan tanggung jawab sosial perusahaan melalui ICSR. Oleh karena itu, peneliti

mengambil kesimpulan bahwa ICSR berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

3. Pengaruh Kinerja Perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* secara simultan terhadap Reputasi perusahaan menurut perspektif Perbankan Syariah

Sebagai lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat, bank syariah sangatlah berhubungan dengan kepercayaan masyarakat, dengan kepercayaan masyarakat yang baik akan membangun reputasi yang baik pula di benak masyarakat. Reputasi pada perusahaan perbankan umumnya tidak hanya dilihat dari bank tersebut dapat dipercaya dan memberikan rasa aman bagi para nasabah yang telah mempercayakan uangnya untuk disimpan di bank tersebut namun juga dengan meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan *value* kepada masyarakat dan lingkungan sekitar bank itu berdiri maka nilai perusahaan dan reputasi perusahaan akan semakin baik dimata pemegang saham, masyarakat dan nasabah pada bank tersebut.

Dari hasil penelitian Pengaruh Kinerja Perusahaan Dan *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Perusahaan ditemukan bahwa kinerja perusahaan dan ICSR secara bersama-sama sangat berpengaruh terhadap reputasi bank syariah, hal ini dikarenakan aktivitas perbankan syariah pada dasarnya telah melekat secara *inheren* sebagai konsekuensi kebersandaran bank syariah pada ajaran islam, yaitu

dalam pengoprasionalannya tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata tapi juga untuk kemaslahatan umat yang juga merupakan salah satu karakteristik bank umum syariah, dalam *sharia enterprise theory* juga di jelaskan bahwa pemenuhan kemaslahatan bagi umat merupakan kewajiban bagi perusahaan khususnya kemaslahatan untuk para *stakeholder* pada perusahaan tersebut, pemenuhan kewajiban terhadap *stakeholder* mempunyai artian yang sangat luas tidak hanya terhadap karyawan melainkan lebih luas lagi yaitu terhadap Tuhan, Masyarakat, dan Alam hal ini sesuai dengan firman Allah SWT pada Q.S Al-Anbiya: 107 yang berbunyi:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya: dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.

Berbeda dengan bank konvensional tidak dapat dipisahkan secara otomatis antara orientasi bisnis dengan orientasi sosialnya.⁸⁸ Aktivitas-aktivitas sosial dari bank syariah merupakan nilai tambah (*add value*) yang dapat brimplikasi pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang dan *goodwill* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan stakholder terhadap kinerja bank syariah.⁸⁹ Dari hasil ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini sesuai dengan *stakeholder theory* pengungkapan informasi keuangan, sosial

⁸⁸Ali Syukron, CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah, *Jurnal, Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 5 No. 1, (2015), h. 9.

⁸⁹ *Ibid.*

dan lingkungan merupakan dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya dan menyediakan informasi mengenai aktivitas-aktivitas perusahaan tersebut dapat merubah persepsi dan ekspektasi mengenai perusahaan tersebut.

Dengan demikian tantangan utama bank syariah saat ini diantaranya adalah bagaimana mewujudkan kepercayaan dari para stakholder. Dengan membangkitkan kepercayaan stakholder diharapkan bank syariah mampu memobilisasi simpanan, menarik investasi, menyalurkan pembiayaan, menanamkan investasi, sekaligus memperluas kesempatan kerja, membantu pemerintah membiayai defisit anggaran untuk pembangunan, dan mengakselerasi pembangunan ekonomi dengan baik. Hal ini dapat terjadi jika semua insitusi keuangan khususnya bank syariah merespon realitas bahwa penyedia dana serta stakholder yang lain memiliki harapan, dan mereka tidak akan menanamkan dana atau berkontribusi dengan baik apabila ekspektasi yang mereka proyeksikan tidak terpenuhi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, uji hipotesis dan pembahasan terhadap variabel didalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kinerja perusahaan yang dalam penelitian ini dihitung dengan proksi *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dalam penelitian ini di ukur menggunakan proksi *market share*. Hal tersebut dikarenakan ROE ialah rasio yang digunakan untuk melihat efektifitas dalam penggunaan modal yang berasal dari investor, sedangkan *market share* ialah ukuran yang menggambarkan kemampuan perusahaan meraih kepercayaan masyarakat agar mereka mau menempatkan dananya pada bank. Jadi ROE tidak di jadikan sebagai ukuran untuk melihat reputasi perusahaan bagi calon nasabah.
2. Variabel *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) selama periode pengamatan penelitian terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan. Dapat dikatakan bahwa semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh bank umum syariah yang terdaftar di OJK maka akan menaikkan nilai reputasi perusahaan pada proksi *market share*.
3. Dalam perspektif perbankan syariah kinerja perusahaan dan *Islamic Corporate Social Responsibility* merupakan nilai tambah (*add value*) yang dapat brimplikasi pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang dan

goodwill yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan stakeholder terhadap kinerja bank syariah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka adapun saran yang dapat diberikan, antara lain:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas obyek panel dengan menambah lembaga keuangan syariah lainnya. Ada baiknya jika variabel penelitian dapat ditambah rasio keuangan lainnya dan menambahkan faktor eksternal yang memiliki keterkaitan dengan reputasi perusahaan.
2. Pengungkapan ICSR bank syariah pada penelitian selanjutnya dapat diungkapkan dengan variasi-variasi indikator yang lain untuk menghasilkan pengungkapan ICSR yang lebih luas lagi.
3. Bagi pihak akademis dan praktisi dunia perbankan syariah dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu rujukan atau sumber referensi terkait dengan reputasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Zailani, Pengukuran Kinerja Perusahaan *Balanced Scorecard*, *Jurnal Performance*, Vol. 9 No. 2, Maret 2009.
- Ali Syukron, CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 5 No. 1, 2015.
- Anak Agung G. Putu Widana Putra, I Gede Dirga S. dan Ni Made Dwi Ratnadi, Reputasi Perusahaan, Reputasi Manajemen Puncak, Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 13. No. 2, Juni 2018.
- Ang S. Lin Lindawati, dan Marsella E. Puspita, *Corporate Social Responsibility: Implementasi Stakholder dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*, *Jurnal Akutansi Multiparadigma*, Vol. 6 No. 1, April 2015.
- Apip Zanariyatim, Ai Nur Bayinah dan Oni Sahroni, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bank Umum Syariah Berdasarkan *Islamic Social Reporting Index* (Indeks ISR), *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* Vol. 4 No. 1, 2016.
- Arifin, Jhon dan Ayu Wardani,Eke, *Islamic Corporate Social Responsibility Disclosures*, Reputasi, Dan Kinerja Keuangan, *Jurnal Akutansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 20 No. 1, Juni 2016.
- Bambang Purnomosidhi, et.al, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor, *Jurnal Akutansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 5 No. 2, Desember 2008.
- Basuki, Agus Tri dan Prawoto, Nano. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta :Rajawali Pers. 2016
- Citra Indah Merina dan Verawaty, Pengungkapan Indeks *Islamic Social Repoting* Perusahaan Go Publik Yang Listing di Jakarta Islamic Index, *Jurnal Ilmiah MBiA* Vol. 15 No. 15, Agustus 2016.
- Dian Rhesa Rahmayati, Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Membangun Reputasi Perusahaan, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 11 No. 1 Juni 2014.
- Djunaedi, Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Kualitas Produk Terhadap Citra Bank dan Keputusan Menabung di BNI Syariah Kota Kediri, *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol. 3 No.2, September 2016.

- Fauzizah Nasyirotum Nisa dan Dian Kurniasari, Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi dan Kinerja Keuangan Perusahaan, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, Vol. 8 No. 2, November 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS23*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. Cetakan Ke VIII. 2016.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS23*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. Cetakan ke VII. 2016.
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012
- Hermawan, Sigit dan Nurul Ma'uloh, Afyiah, Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Dinamika Akutansi*, Vol. 2 No. 2, September 2014.
- Inten Mutia, *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. Jakarta: Citra Pustaka Indonesia. 2010.
- Jean Louisot Paul dan Jenny Reyner, "Managing Risk to Reputation: From Theory to Practice". (On-line) tersedia di: www.risk2reputation.com/files/managing_to_reputation_from_theory_to_practice.pdf (7 April 2019)
- Jumingan. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2014.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2009.
- Kementrian Agama Republik Indonesia *Al-Quran dan Terjemah*. Bandung: PT. Cardoba Internasional Indonesia. 2012.
- Khursid M. A., Developing an Islam Corporate Social Responsibility Model. Competitiveness Review, *Jurnal Competitiveness Review*, Vol. 24 No. 4, 2014.
- M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Kasus Pada Bank Syariah di DIY, *Jurnal Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 10 No.1, Januari 2008.
- Marthin Tarigan, Roy, Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Program Studi Strata-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*, 20014.

Muhammad, *Lembaga Keuangan Umat Kontemporer*. Yogyakarta: UII Press, 2000.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/7/PBI/2007 Tentang Bank Pengertian Bank Umum

Peraturan Pemerintah Nomor. 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Risna, Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) dan *Sharia Governance* Terhadap Kinerja Perusahaan, *Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia (JAKPI)*, Vol 6 No. 01, April 2018.

Samsiah, Kajian Implementasi Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Ditinjau Dari Shariah Enterprise Theory Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, *Jurnal InFestasi*, Vol. 20 No. 1, Juni 2016.

Siti Maria Wardayati, Implikasi *Shariah Government* Terhadap Reputasi dan Kepercayaan Bank Syariah, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 19 No. 1, Mei 2011.

Sugiono. *Penelitian Administratif*. Bandung: Alfa Beta. 2001

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta. 2017.

Trisnawati, Rina, Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Vol. 16 No 2, Desember 2012.

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 Tentang Perbankan

Undang-undang Nomor Tahun 1992 Tentang Perbankan.

Untung, Hendrik Budi. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Yusuf Yasir, Muhammad. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*. Depok: Kencana. 2017.

Zaim Saidi. *Tidak Islamnya Bank Islam*. Yogyakarta: Pustaka Adina. 2010



Lampiran I : Tabulasi Data Rasio *Return On Equity* (ROE) Bank Umum Syariah
Yang Terdaftar Di OJK Periode 2014-2017

NO	Perusahaan	Kode Bank	Periode			
			2014	2015	2016	2017
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	BMI	2,02	2,78	3,00	0,87
2	PT. Bank BRI Syariah	BRIS	0,44	6,33	7,40	4,10
3	PT. Bank BNI Syariah	BNIS	10,83	11,39	11,94	11,42
4	PT. Bank Syariah Mandiri	BSM	-3,00	5,92	5,81	5,72
5	PT. Bank Victoria Mandiri	BVS	17,61	-15,06	17,45	2,01
6	PT. Bank Mega Syariah	BMS	2,50	1,61	11,97	6,97
7	PT. Bank Panin Syariah	BPS	7,01	4,94	1,76	-94,01
8	PT. Bank Syariah Bukopin	BSB	2,39	5,35	-13,74	0,20
9	PT. Bank BCA Syariah	BCAS	2,90	3,10	3,50	4,30
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah	BJBS	3,73	0,92	-49,05	-58,64
11	PT. May Bank Syariah	MSI	6,83	-32,04	-27,62	-1,78

Sumber: Annual Report, (data diolah 2019)



Lampiran 2 : Tabulasi Data Rasio *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR)

Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode 2014-2017

NO	Perusahaan	Kode Bank	Periode			
			2014	2015	2016	2017
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	BMI	0,872	0,833	0,797	0,789
2	PT. Bank BRI Syariah	BRIS	0,727	0,872	0,822	0,758
3	PT. Bank BNI Syariah	BNIS	0,741	0,764	0,772	0,822
4	PT. Bank Syariah Mandiri	BSM	0,847	0,847	0,841	0,772
5	PT. Bank Victoria Mandiri	BVS	0,572	0,537	0,562	0,562
6	PT. Bank Mega Syariah	BMS	0,654	0,752	0,764	0,747
7	PT. Bank Panin Syariah	BPS	0,691	0,716	0,714	0,739
8	PT. Bank Syariah Bukopin	BSB	0,685	0,745	0,764	0,714
9	PT. Bank BCA Syariah	BCAS	0,609	0,704	0,558	0,722
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah	BJBS	0,618	0,633	0,697	0,672
11	PT. May Bank Syariah	MSI	0,595	0,681	0,639	0,608

Sumber: Annual Report (data diolah 2019)

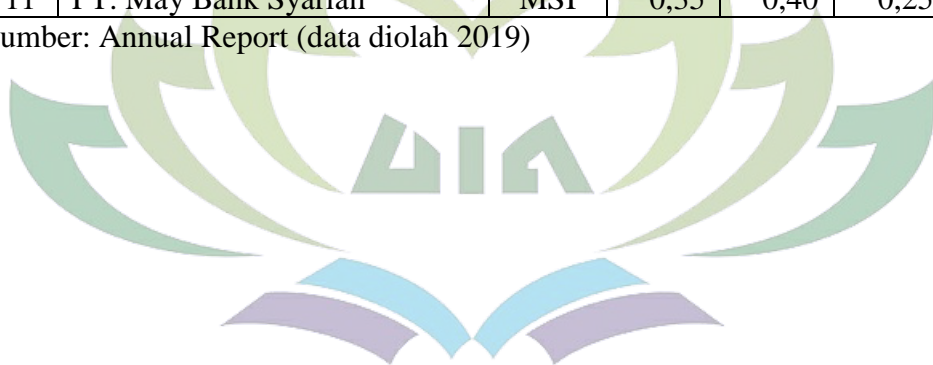


Lampiran 3 : Tabulasi Data Rasio Reputasi Perusahaan (*Market Share*) Bank

Umum Syariah Yang Terdaftar Di OJK Periode 2014-2017

No	Perusahaan	Kode Bank	Periode			
			2014	2015	2016	2017
1	PT. Bank Muamalat Indonesia	BMI	23,50	19,49	15,00	14,53
2	PT. Bank BRI Syariah	BRIS	7,78	9,09	8,23	7,87
3	PT. Bank BNI Syariah	BNIS	7,45	8,35	8,67	8,77
4	PT. Bank Syariah Mandiri	BSM	27,45	26,86	25,04	23,26
5	PT. Bank Victoria Mandiri	BVS	0,52	0,48	0,43	0,45
6	PT. Bank Mega Syariah	BMS	2,69	1,88	1,78	1,52
7	PT. Bank Panin Syariah	BPS	2,32	2,56	2,46	2,24
8	PT. Bank Syariah Bukopin	BSB	1,83	2,05	1,94	1,64
9	PT. Bank BCA Syariah	BCAS	1,07	1,40	1,37	1,41
10	PT. Bank Jabar Banten Syariah	BJBS	2,11	2,03	1,95	1,78
11	PT. May Bank Syariah	MSI	0,35	0,40	0,25	0,16

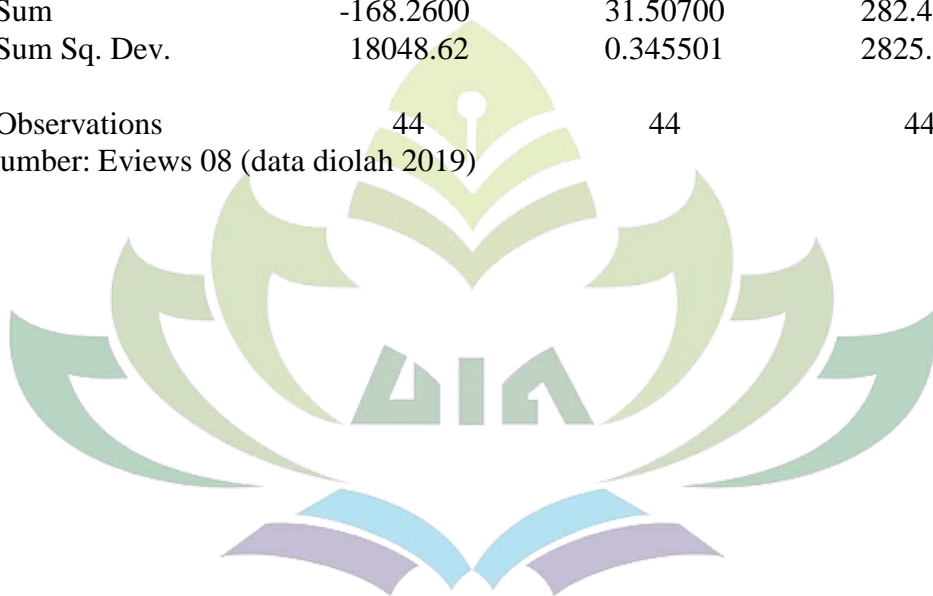
Sumber: Annual Report (data diolah 2019)



Lampiran 4 : Hasil Uji Statistik Deskripsi

Mean	-3.824091	0.716068	6.418409
Median	2.840000	0.719000	2.080000
Maximum	11.97000	0.872000	27.45000
Minimum	-94.01000	0.537000	0.160000
Std. Dev.	20.48744	0.089638	8.106506
Skewness	-2.738956	-0.140292	1.495771
Kurtosis	10.91795	2.198060	3.937653
Jarque-Bera	169.9527	1.323364	18.01894
Probability	0.000000	0.515983	0.000122
Sum	-168.2600	31.50700	282.4100
Sum Sq. Dev.	18048.62	0.345501	2825.764
Observations	44	44	44

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)



Lampiran 5: Estimasi Regresi Data Panel – *Cammon Effect*

Dependent Variable: REP

Method: Panel Least Squares

Date: 04/25/19 Time: 20:54

Sample: 2014 2017

Periods included: 4

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROE	0.030752	0.042113	0.730224	0.4694
ICSR	65.74430	9.625335	6.830339	0.0000
C	-40.54140	6.981237	-5.807194	0.0000
R-squared	0.560932	Mean dependent var		6.418409
Adjusted R-squared	0.539514	S.D. dependent var		8.106506
S.E. of regression	5.501005	Akaike info criterion		6.313485
Sum squared resid	1240.703	Schwarz criterion		6.435134
Log likelihood	-135.8967	Hannan-Quinn criter.		6.358598
F-statistic	26.18978	Durbin-Watson stat		0.737436
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)

Lampiran 6: Estimasi Regresi Data Panel – *Fixed Effect* (Uji Regresi)

Dependent Variable: REP

Method: Panel Least Squares

Date: 04/25/19 Time: 20:56

Sample: 2014 2017

Periods included: 4

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROE	0.008794	0.012516	0.702610	0.4875
ICSR	14.88438	5.871728	2.534924	0.0165
C	-4.206196	4.197976	-1.001958	0.3241

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.980223	Mean dependent var	6.418409
Adjusted R-squared	0.972568	S.D. dependent var	8.106506
S.E. of regression	1.342650	Akaike info criterion	3.667875
Sum squared resid	55.88401	Schwarz criterion	4.195022
Log likelihood	-67.69324	Hannan-Quinn criter.	3.863366
F-statistic	128.0424	Durbin-Watson stat	1.345433
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)

Lampiran 7: Estimasi Regresi Data Panel – *Randoom Effect*

Dependent Variable: REP

Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)

Date: 04/25/19 Time: 20:59

Sample: 2014 2017

Periods included: 4

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 44

Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROE	0.012662	0.012404	1.020788	0.3133
ICSR	19.60174	5.631545	3.480703	0.0012
C	-7.569352	4.361826	-1.735363	0.0902
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			5.555416	0.9448
Idiosyncratic random			1.342650	0.0552
Weighted Statistics				
R-squared	0.204856	Mean dependent var		0.770009
Adjusted R-squared	0.166069	S.D. dependent var		1.578779
S.E. of regression	1.441739	Sum squared resid		85.22306
F-statistic	5.281497	Durbin-Watson stat		1.093499
Prob(F-statistic)	0.009102			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.287612	Mean dependent var		6.418409
Sum squared resid	2013.040	Durbin-Watson stat		0.389343

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)

Lampiran 8: Pemilihan Teknik Estimasi Regresi Data Panel – Uji *Chow*

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	65.724348	(10,31)	0.0000
Cross-section Chi-square	136.406840	10	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:

Dependent Variable: REP

Method: Panel Least Squares

Date: 04/25/19 Time: 20:58

Sample: 2014 2017

Periods included: 4

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROE	0.030752	0.042113	0.730224	0.4694
ICSR	65.74430	9.625335	6.830339	0.0000
C	-40.54140	6.981237	-5.807194	0.0000

R-squared	0.560932	Mean dependent var	6.418409
Adjusted R-squared	0.539514	S.D. dependent var	8.106506
S.E. of regression	5.501005	Akaike info criterion	6.313485
Sum squared resid	1240.703	Schwarz criterion	6.435134
Log likelihood	-135.8967	Hannan-Quinn criter.	6.358598
F-statistic	26.18978	Durbin-Watson stat	0.737436
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)

Lampiran 9: Pemilihan Teknik Estimasi Regresi Data Panel – Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	8.274972	2	0.0160

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
ROE	0.008794	0.012662	0.000003	0.0207
ICSR	14.884385	19.601739	2.762883	0.0045

Cross-section random effects test equation:

Dependent Variable: REP

Method: Panel Least Squares

Date: 04/25/19 Time: 21:00

Sample: 2014 2017

Periods included: 4

Cross-sections included: 11

Total panel (balanced) observations: 44

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.206196	4.197976	-1.001958	0.3241
ROE	0.008794	0.012516	0.702610	0.4875
ICSR	14.88438	5.871728	2.534924	0.0165

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.980223	Mean dependent var	6.418409
Adjusted R-squared	0.972568	S.D. dependent var	8.106506
S.E. of regression	1.342650	Akaike info criterion	3.667875
Sum squared resid	55.88401	Schwarz criterion	4.195022
Log likelihood	-67.69324	Hannan-Quinn criter.	3.863366
F-statistic	128.0424	Durbin-Watson stat	1.345433
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Eviews 08 (data diolah 2019)